



Universidad Autónoma del Estado de México

---

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM NEZAHUALCÓYOTL  
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**"Proyecto de Comercialización e Internacionalización de productos derivados de la Orfebrería y Joyería de plata procedente de Taxco Guerrero con destino a San Diego California EE. UU."**

# Tesis

Para obtener el título de Licenciado en  
Comercio Internacional  
presenta:

**TORRES HERNANDEZ JOSE JUAN**

Director de tesis:

**Angélica Hernández Leal**

NEZAHUALCÓYOTL, EDO. MEX. 2018

## INDICE

Capítulo	Sub Capitulo	Titulo	Página
		<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>6</b>
		<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
		<b>ANTECEDENTES.....</b>	<b>10</b>
		<b>IMPORTANCIA DEL PROBLEMA.....</b>	<b>11</b>
		<b>METODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>13</b>
<b>I.</b>		<b>MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....</b>	<b>14</b>
<b>II.</b>		<b>CONSTITUCIÓN DE LA COMERCIALIZADORA</b>	
	2.1	Descripción del proyecto.....	16
	2.2	Visión.....	16
	2.3	Misión.....	16
	2.4	Objetivo General.....	16
	2.5	Objetivos específicos.....	16
<b>III.</b>		<b>ANALISIS DEL PRODUCTO.....</b>	<b>17</b>
	3.1	Presentación del producto.....	17
	3.2	Descripción del desarrollo tecnológico y del producto.....	18

3.3	Funciones y características del producto.....	19
3.4	Aplicación Comercial.....	20
3.5	Ventajas Competitivas.....	20
<b>IV.</b>	<b>ANÁLISIS FODA.....</b>	<b>20</b>
<b>V.</b>	<b>ANÁLISIS DE MERCADO.....</b>	<b>22</b>
5.1	Segmentación y descripción del mercado meta.....	22
5.2	Análisis de la competencia.....	23
5.3	Competencia a nivel mundial.....	24
5.4	Competencia extranjera Directa.....	24
<b>VI.</b>	<b>CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA.....</b>	<b>25</b>
6.1	Demanda.....	25
6.1.1	Análisis del Consumidor.....	25
6.1.2	Análisis del Consumidor femenino.....	26
6.1.3	Análisis de consumidor masculino.....	27
6.1.4	Temporada de Consumo.....	27
6.1.5	Gustos y Preferencias.....	27
6.1.6	Exportaciones.....	27
6.1.7	Minerales que exporta México.....	28
6.1.8	Exportaciones por Grupo de Minera.....	29
6.1.9	Oferta.....	29

<b>VII.</b>	<b>PLAN DE MERCADOTECNIA.....</b>	<b>30</b>
7.1	Producto.....	30
7.2	Plaza o Distribucion.....	32
7.3	Promoción.....	33
<b>VIII.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>34</b>
8.1	Desc. del proceso de prod. y/o prestación del serv.....	35
8.1.1	Canales de distribución.....	35
8.1.2	Determinación de la capacidad de producción.....	35
8.1.3	Descripción de la maquinaria, equipo e instalaciones.....	35
8.1.4	Requerimientos de materia prima de J´Style.....	35
8.1.5	Diseño, dist. y ubicación de la planta y oficinas (a futuro).....	36
8.2	Estudio técnico del análisis.....	37
8.2.1	INCOTERMS.....	37
8.2.2	Logística.....	38
8.2.3	Costos de la logística.....	39
8.2.4	Seguro.....	41
8.2.5	Clasificación Arancelaria.....	41
8.2.6	Análisis de la localización optima de la empresa.....	42
<b>IX.</b>	<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....</b>	<b>42</b>
9.1	Organigrama y áreas funcionales de la empresa.....	42

9.2	Sueldos y número de empleos a generar .....	43
9.3	Descripción de puestos.....	43
<b>X.</b>	<b>MARCO LEGAL Y RÉGIMEN FISCAL.....</b>	<b>60</b>
10.1	Licencias y permisos para iniciar operaciones.....	60
<b>XI.</b>	<b>PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....</b>	<b>75</b>
<b>XII.</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>76</b>
<b>XIII.</b>	<b>IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO.....</b>	<b>81</b>
13.1	Impacto y beneficio socio- económico.....	81
13.2	Impacto económico.....	81
13.3	Impacto en el ambiente natural.....	81
13.4	Impacto cultural.....	81
13.5	Beneficios sociales.....	82
	<b>CONCLUSIÓN.....</b>	<b>82</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>84</b>
	<b>FUENTES CONSULTADAS.....</b>	<b>97</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

J'Style "Inteligencia, sofisticación y elegancia" surge de la necesidad detectada en un viaje a Acapulco Guerrero en donde por medio de un vendedor de plata de Taxco me doy cuenta de la falta de información que tienen en esta región para agrandar su mercado de artesanías de plata, inclusive a mercados internacionales. La finalidad primordial de este proyecto es analizar e investigar la factibilidad de que México incremente su participación en el mercado americano a través de los productores de Taxco por medio de una comercializadora, así como proteger la industria nacional de plata y fomentar el comercio de productos derivados del oficio de la orfebrería, ya que la joyería de este metales considerada como artesanía pura, de este modo también se pretende generar empleos para familias cuya única fuente de trabajo es el oficio de la orfebrería siendo su principal modo de subsistencia, además estos productos, cuentan con un grado avanzado de innovación y creatividad.

Los productos de plata de Taxco cuentan con una gran ventaja competitiva gracias a que poseen una amplia variedad de diseño y sofisticación en sus diseños, así como también es utilizada como accesorio para mejorar la imagen de las personas que la portan, es importante mencionar que la plata de Taxco es de mayor pureza que la de otras ofrecidas en el mercado.

El mercado al que se pretende atacar es específicamente el condado de San Diego California, debido a que el 30 de abril de 2018 la Cámara de comercio promovió y fomentó un intercambio comercial entre México y dicho condado.(economista, 2018)

De acuerdo con un artículo referente al condado de San Diego 2016, la región, tiene aproximadamente 1,300,000 habitantes siendo aproximadamente el 30 % de origen latinoamericano, siendo un segmento de mercado atractivo al que se pretende llegar por medio de lo que es conocido como el mercado de la nostalgia.(San, 2016)

## INTRODUCCIÓN

En 2017 se registraron ventas de joyería de plata en EE. UU. de aproximadamente 52 millones de dólares, se ha detectado un auge de minoristas que venden online mediante comercio electrónico.(exportador, 2017)

De acuerdo con un estudio especializado respecto al mercado de la joyería de plata de Estados Unidos, se menciona que el público de edad media a media avanzada será el más interesado en el producto, ya que los jóvenes en la actualidad están prefiriendo gastar en teléfonos móviles y tecnología (exportador, 2017)

El objetivo general es: Investigar la factibilidad de que México incremente su participación en el mercado americano de plata a través de los productores de Taxco, por medio de una comercializadora.

La presente tesis se plantea a partir de la siguiente hipótesis “Si se pone en marcha una comercializadora de productos derivados de la orfebrería y joyería de plata procedente de Taxco Guerrero, entonces México incrementará su participación en el mercado americano” La presente hipótesis se sustenta a partir de un marco teórico.

El tipo de investigación es cuantitativa ya que por medio de datos duros y estadísticas determinare los costos tentativos para comercializar la plata de Taxco.

El diseño de la presente investigación es descriptivo debido a que se señala el fenómeno tal como ocurre en la realidad en la región estudiada.

El método utilizado es deductivo ya que a partir de datos universales estoy llegando a una conclusión específica: conocer el mercado de una región particular.

El primer capítulo hace mención al marco teórico conceptual, se habla de Adam Smith y su teoría de la ventaja absoluta la cual refiere “los países deben especializarse en la producción de bienes en donde tengan una ventaja absoluta” Se relaciona con mi proyecto ya que de acuerdo a un estudio realizado por un portal de estadísticas, México resulto ser el principal productor de plata, con 5.600 ton, le sigue el Perú con 4.500 tons y China con 2.500 tons.(Statista, 2018)

Para efectos de esta investigación también me baso en la teoría de la utilidad que menciona lo siguiente: “Las características del bien determinan su utilidad y por tanto afectan las decisiones de compra del consumidor” (Leandro, 2016)

Adam Smith y David Ricardo afirmaban el valor y utilidad de un objeto por la capacidad que tiene de satisfacer una necesidad. (Gonzalez, 2002) Relacionado a mí proyecto debido a que las características de la platería de Taxco son innovadoras y son duraderas.

Por último, la teoría del mercado de la nostalgia; que es representada por los mexicanos que viven en Estados Unidos y hacen todo lo posible por consumir los productos que conocieron en su infancia. Esto comprende alimentos, bebidas, artesanías y artículos de regalo (FINANCIERO, 2013) Relacionado a mi proyecto debido a que se atacara al segmento de mercado latino radicando en San Diego.

El segundo capítulo habla acerca de la constitución de J'Style “Inteligencia, sofisticación y elegancia” referente a la descripción de mi proyecto; incluye la misión, visión, objetivo general y objetivos específicos de la comercializadora.

El tercer capítulo refiere; el análisis del producto sujeto a estudio de comercialización, descripción del desarrollo tecnológico, características del producto, aplicación comercial y ventajas competitivas de la plata específicamente de la región de Taxco.

Dentro del capítulo cuarto hago mención a mi análisis FODA representado por fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

En el capítulo quinto realizo mi análisis de mercado en donde incluyo segmentación de mercado, análisis de la competencia a nivel internacional, exportaciones de nuestra principal competencia.

En el capítulo sexto se hace mención a la cuantificación de la oferta y demanda existente dentro del mercado de la plata, en donde me pareció relevante incluir una breve reseña del consumidor masculino y femenino, así como los gustos y preferencias del mercado meta.

En el capítulo séptimo realizo lo que es un plan de mercadotecnia enfocado a lo aprendido durante mi carrera donde incluyo las cuatro P's de marketing enfocadas a la plata a comercializar: producto, precio, plaza y promoción.

El capítulo octavo está enfocado a un estudio técnico donde hago mención a los canales de distribución con los que cuenta Taxco y sujetos a aplicar a mi proyecto, de igual forma y no menos importante hago mención a la capacidad de producción, maquinaria, equipo, instalaciones, materia prima, diseño de la planta, incoterms, logística, seguros y clasificación arancelaria del producto sujeto a comercializar.

En el capítulo noveno hago un estudio administrativo donde realizo un desglose de la descripción de puestos a generar con este proyecto, sueldos y salarios y perfil por puesto.

En el capítulo decimo podemos encontrar el marco legal que tendrá la organización, licencias, permisos para iniciar operaciones y régimen fiscal de la misma.

En el capítulo onceavo realizo una breve reseña de la importancia de la protección de propiedad intelectual enfocado a la comercializadora.

En el capítulo doceavo realizo un estudio financiero donde plasmo una proyección de ventas tentativa de la futura comercializadora.

Por último en el capítulo treceavo realizo una descripción del impacto socio-económico, y ambiental donde se plasman los beneficios sociales que tendrá este proyecto.

## **ANTECEDENTES**

La población de Taxco siempre ha estado relacionada directamente con la plata, desde los orígenes cuando los Olmecas ya trabajaban en minas y se dedicaban a realizar productos de orfebrería de plata

En la época colonial los lugareños combinaron la orfebrería indígena con la de los españoles para realizar artesanías de tipo religioso.

Durante el siglo XIX la población de Taxco ya era considerada como creadora de grandes obras de plata especialmente en piezas como platos, jarras, cubiertos, copones y custodias, para uso de las familias prominentes de México.

El 27 de junio de 1931, William Spratling, fundó el primer taller organizado de platería llamado Las Delicias cuyo toque vanguardista ya lo distinguía del resto.

En 1932 la fuerte demanda de la platería de Taxco impulso a que se crearan otros talleres, donde laboraban aproximadamente 100 orfebres.

El contrabando de la plata extranjera es la principal problemática a la cual se enfrenta esta región que tiene una pureza de 925 gramos por cada kg del blanco metal. En otros países la plata es de menor calidad. Lo mismo sucede con la invasión de la joyería de otros países, generalmente fabricada por medio de maquinaria, a diferencia de la joyería de Taxco que es totalmente fabricada a mano, motivo por el cual es más valorada a nivel internacional. (Taxco, 2016)

Durante el año de 1953, el día de la plata fue declarado oficialmente Feria Nacional de la plata por el Gobierno del estado de Guerrero, para el año de 1974 se celebra la primera Feria Mundial de la Plata con la participación de 40 países; por lo que se concluye que la fama de Taxco se debe al excelente trabajo artesanal de sus plateros, que transforman la plata en obras de arte. (Taxco, 2016)

## **IMPORTANCIA DEL PROBLEMA**

### **¿El porqué del estudio?**

El proyecto fomentará la protección a la industria nacional de plata, ya que el contrabando de plata extranjera es una amenaza latente para los artesanos de Taxco, quienes pierden clientes en el mercado interno ante estas joyas y artículos de procedencia ilegal. La calidad de la plata extranjera es menor que la que se emplea en Taxco y en México, que tiene una pureza de 925 gramos por cada kg del blanco metal. En otros países la plata es de menor calidad, por lo que es más barata y acapara el mercado. Por otro lado, la joyería extranjera es generalmente fabricada por medio de maquinaria, a diferencia de la joyería de Taxco que es totalmente fabricada a mano (en forma artesanal), ésta característica de la platería de Taxco es el factor principal para que sea apreciada y solicitada por la mayoría de los compradores, es decir, es su principal ventaja competitiva.

La joyería de plata es sumamente importante para la economía de Taxco, ya que, con excepción de la agricultura, concentra el mayor número de personal ocupado, sin considerar, además, los que sólo se dedican a la comercialización de la joyería y que están incluidos en los rubros “comercio al por menor” y “comercio informal”.

La industria de la producción y la transformación de la plata es en México un sector en crecimiento y muy dinámico en Taxco Guerrero. En Taxco existen muchos talleres familiares que producen artículos de orfebrería y de joyería de plata, de los cuales dependen una gran cantidad de personas que subsisten gracias a las ganancias que les trae la producción de estos artículos, la problemática que enfrentan es, que, a pesar de tener la capacidad instalada suficiente no cuentan con la información necesaria para abrir sus mercados internacionalmente para obtener mayores ganancias y mayores consumidores.

Los artesanos de Taxco pueden competir con los de cualquier parte del mundo, razón por la cual la orfebrería es una actividad que sigue viva, demandando más insumos de la

minería, la cual y en junio de 2011, registró un total de 305,800 empleos directos<sup>1</sup>(Promexico, 2012).

### **¿Para qué de la investigación?**

Aportar a los orfebres de Taxco los conocimientos recabados en esta investigación, así como los obtenidos durante el transcurso de la licenciatura para ayudarles a su crecimiento como industria y fomentar empleos.

Abrir la platería de Taxco Guerrero, al mercado internacional, ya que se cuenta con la competitividad necesaria en el ramo y los talleres de Taxco cuentan con la capacidad instalada suficiente para una producción de calidad y en suficiente volumen para exportar.

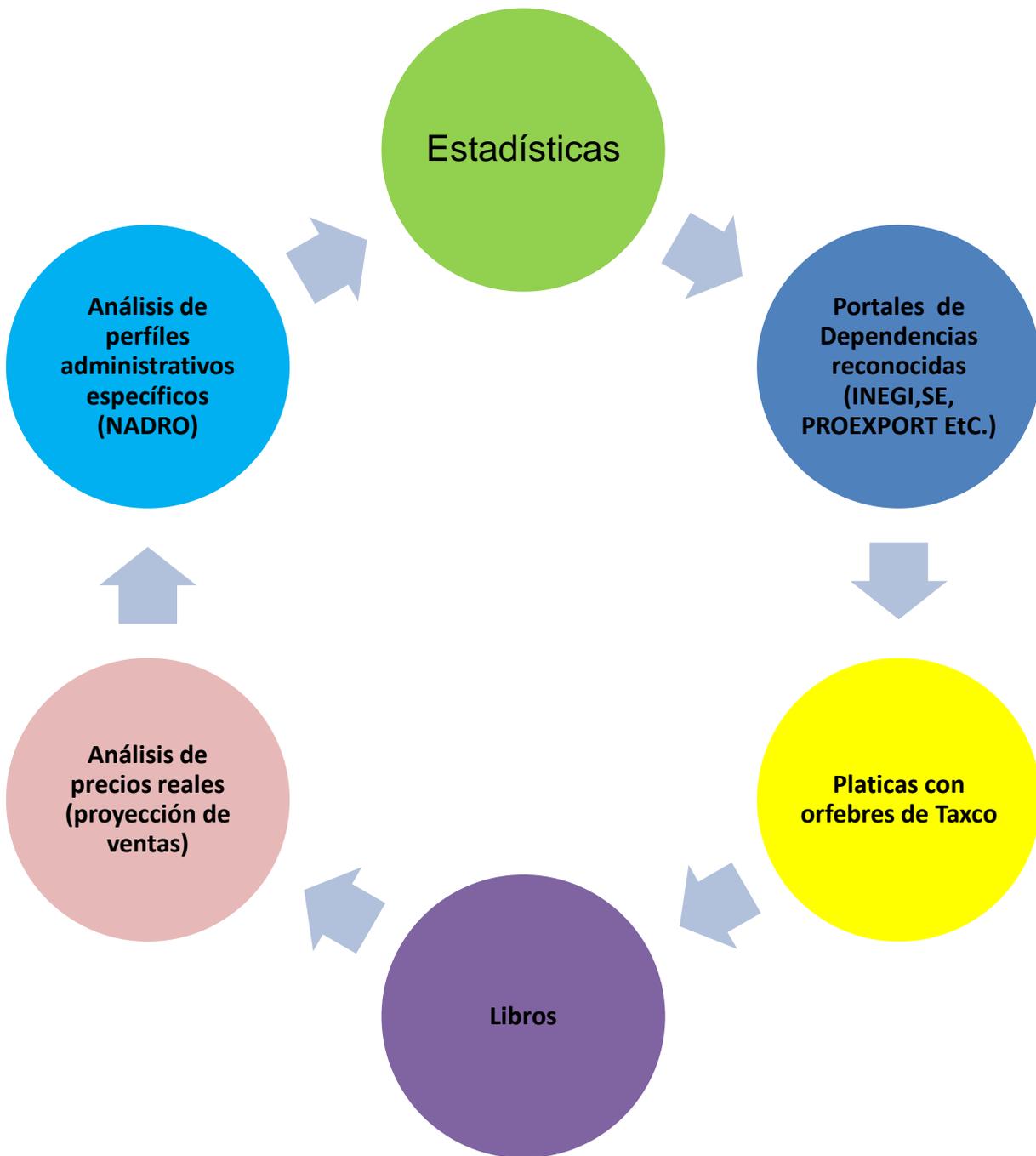
Ayudar al crecimiento de Taxco y erradicar la pobreza que se vive en algunas zonas indígenas de esa región, fomentando el comercio de productos de orfebrería y joyería de plata, que es en lo que la gente de Taxco está especializada.<sup>2</sup> (SAMPIERI, 2014)

---

<sup>1</sup> PROMEXICO

<sup>2</sup> SAMPIERI Metodología de la investigación

**Figura 1. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**



**Fuente: Sampieri Metodología de la investigación 1991, Base de datos Análisis de perfiles administrativos NADRO 2018 ELABORACIÓN PROPIA**

## CAPITULO 1 MARCO TEORICO CONCEPTUAL

Para efectos de esta investigación me baso en 3 teorías que sustentan mi proyecto:

Figura 2. Teorías económicas



Fuente: Teorías económicas: ventaja absoluta 2018 ELABORACIÓN PROPIA

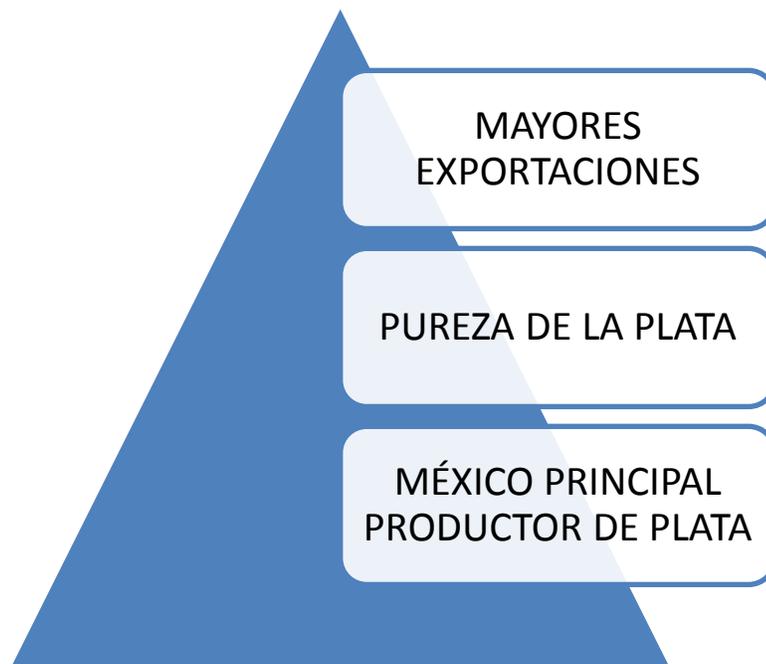
- **Adam Smith y su teoría de la ventaja absoluta** la cual refiere “los países deben especializarse en la producción de bienes en donde tengan una ventaja absoluta” Se relaciona con mi proyecto ya que de acuerdo a un estudio realizado por un portal de estadísticas, México resulto ser el principal productor de plata, con 5.600 ton, le sigue el Perú con 4.500 tons y China con 2.500 tons. (Statista, 2018)
- **Teoría de la utilidad;** que menciona lo siguiente: “Las características del bien determinan su utilidad y por tanto afectan las decisiones de compra del consumidor” (Leandro, 2016)

Adam Smith y David Ricardo afirmaban el valor y utilidad de un objeto por la capacidad que tiene de satisfacer una necesidad. (Gonzalez, 2002) Está

relacionada a mi proyecto debido a que las características de la platería de Taxco son innovadoras y son duraderas; estas características influirán en las decisiones de compra de los clientes potenciales, ya que los consideraran como un bien duradero.

- **Teoría del mercado de la nostalgia;** que es representada por los mexicanos que viven en Estados Unidos y hacen todo lo posible por consumir los productos que conocieron en su infancia. Esto comprende alimentos, bebidas, artesanías y artículos de regalo (FINANCIERO, 2013) Relacionado a mi proyecto debido a que se atacara al segmento de mercado latino radicando en San Diego.

**Figura 3. TEORIA DE LA VENTAJA ABSOLUTA**



**Fuente: Teorías económicas: ventaja absoluta 2018 ELABORACIÓN PROPIA**

## CAPITULO 2 CONSTITUCIÓN DE LA COMERCIALIZADORA

### 2.1 Descripción del proyecto

#### **J' Style “Inteligencia, sofisticación y elegancia”**

Negocio: Comercializadora de productos derivados de la orfebrería y Joyería de plata.

Producto Ofrecido: Joyería de Plata como anillos, pulseras, esclavas, collares, aretes, mancuernillas, relojes y productos derivados de la orfebrería tales como cajas para puros cigarreras, floreros, cuchillería, jarras, soperas, dijes, candelabros, legumbreras.

Definición del producto: los productos que esta empresa comercializará son de conveniencia, ya que su compra es planeada por los regular con anticipación. De igual forma son considerados como bienes duraderos, y bienes de lujo.

### 2.2 Visión

Ser una empresa líder reconocida en el mercado estadounidense que operara con procesos éticos y diseños de alta sofisticación.

### 2.3 Misión

Efectuar operaciones de comercialización de productos de plata innovadores en el mercado estadounidense, cuya principal misión es generar empleo.

### 2.4 Objetivo General del proyecto de Investigación

Investigar la factibilidad de que México incremente su participación en el mercado americano de plata a través de los productores de Taxco, por medio de una comercializadora.

### 2.5 Objetivos específicos

- Analizar la factibilidad de incrementar el consumo de plata de Taxco Guerrero en el mercado americano.

- Aprovechar las preferencias arancelarias con las que cuenta México respecto a la joyería de plata, ya que se tiene arancel cero en exportaciones a EEUU, ello gracias al Sistema Generalizado de Preferencias.<sup>3</sup>
- Analizar las características de los productos de plata ofrecidos en Taxco.
- Elaborar un plan de negocios de una comercializadora de plata, para verificar si es viable el proyecto.

## **CAPITULO 3 ANALISIS DEL PRODUCTO**

### **3.1 Presentación del producto**

Dentro de la imagen del producto dirigido al mercado de la nostalgia representado por mexicanos residentes en los Estados Unidos de Norteamérica se incluirán motivos mexicanos tales como: Imágenes religiosas, algún luchador, famoso mexicano, así como elementos de la charrería arquitectónicos, prehispánicos y futbolísticos.

El producto será entregado a nuestros clientes en un estuche llamativo y con una presentación elegante y vanguardista

El producto será introducido al mercado con estrategias de promoción, tales como, propaganda, MKT, exposiciones, presentación en ferias y un sitio web exclusivo, de la empresa donde nos daremos a conocer.

- Los clientes tendrán mayor credibilidad de la existencia de esta comercializadora ya que adoptaremos medidas sociales como parte de nuestra estrategia empresarial.
- Se creará un espacio de comentarios y sugerencias donde los clientes podrán publicar sus comentarios y opiniones acerca de la comercializadora y de este modo se podrá estar más cerca del consumidor

---

<sup>3</sup>El Sistema Generalizado de Preferencias SGP es un mecanismo por medio del cual los productos originarios de países en vía de desarrollo o menos desarrollados tienen acceso a tasas arancelarias preferenciales o simplemente están libres de aranceles de internación, al ingresar al territorio de los países de economías desarrolladas. Los productos beneficiados, principalmente son los manufacturados y semi manufacturados, aunque también están considerados algunos productos agrícolas y del mar.

- Se contará con un mapa de ubicación de la comercializadora
- Información e imágenes de los productos
- La comercializadora tendrá una página de Facebook que servirá para saber la opinión de nuestros clientes acerca de nuestro servicio y nuestras áreas de oportunidad.

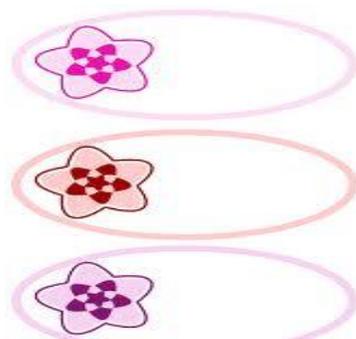
### 3.2 Descripción del desarrollo tecnológico y del producto

Nuestros productos llevarán distintivos tales como, etiquetas, códigos de barras, y un distintivo estuche.

\*Códigos de barras\*

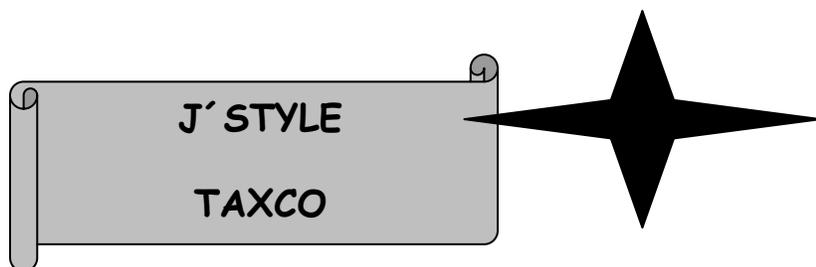


\*Etiquetas (de todo tipo desde lo más elegante hasta lo más juvenil, pero siempre con nuestro logo)\* La etiqueta se pondrá al estilo y gusto que las requiera el cliente.





¡NUESTRO LOGO! TENTATIVO



### 3.3 Funciones y características del producto

La joyería de plata y productos de orfebrería desde un enfoque de posible exportación.

- Da elegancia y sofisticación
- Esta considerado un producto de moda
- La imagen que se proyecta al utilizar estas joyas y/o productos puede llegar a aumentar la autoestima
- Innovación

De acuerdo con el análisis investigado llegué a la conclusión de que la joyería de plata tiene muchas posibilidades y alternativas de venta en mercados internacionales debido a que:

- La plata se encuentra dentro de la industria de la moda que es de tradición en México.
- Tiene preferencias arancelarias

- Las artesanías mexicanas son reconocidas en todo el mundo por su excelente calidad y la creatividad e innovación de los artesanos.
- Existencia de flexibilidad en la producción
- Existencia de demanda extranjera
- La orfebrería de plata de Taxco al ser artesanal tiene una ventaja competitiva.
- Una joya aumenta su valor al ser un accesorio considerado para toda la vida.

### **3.4 Aplicación Comercial**

Como ya se mencionó con anterioridad esta empresa tiene por objetivo atacar los siguientes segmentos de mercado reales, los cuales son;

- Población hispana: Hombres y mujeres, viviendo en San Diego, California, Estados Unidos. Se atacará a este segmento con el mercado de la nostalgia.
- Norteamericanos en general económicamente activos

### **3.5 Ventajas Competitivas**

Los productos de plata de Taxco cuentan con una gran ventaja competitiva gracias a que poseen una amplia variedad de diseño, sofisticación y sobre todo la innovación en los diseños, necesaria para productos ornamentales, como lo es la joyería de plata, que es utilizada como accesorio para mejorar la imagen personal. Además, la plata de Taxco es de mayor pureza que la de otras ofrecidas en el mercado.(FORBES, 2017)

## **CAPITULO 4**

### **4.1 Análisis FODA**

#### **FORTALEZAS**

- La joyería de plata de Taxco es considerada como artesanía pura
- Innovación y sofisticación en los diseños

- Fomento a la protección de la industria nacional, enalteciendo la riqueza cultural de México.
- Costos bajos en la producción.
- Se cuenta con aranceles preferenciales para este producto
- Los productos de plata sujetos a comercializarse son un negocio atractivo, tanto nacional, como internacionalmente con grandes posibilidades de exportación.
- Los productos de plata sujetos a comercializarse son elaborados con materia prima nacional (plata)
- Planeada logística.
- Buena calidad en nuestros productos y a un precio accesible.

#### OPORTUNIDADES:

- Exportar el producto a Norteamérica que es un país de gran consumo de joyas.
- Crear diseños innovadores y sofisticados para una técnica que es reconocida en el extranjero
- Atacar un mercado que no ha sido muy explotado por la plata de Taxco, que es el mercado norteamericano.
- desarrollo de nuevas estrategias de MKT y promoción
- Gran concentración de población hispana en San Diego, California.
- Relativamente pocos requerimientos legales y comerciales.
- Crear alianzas con joyeros ya posicionados en Taxco

#### DEBILIDADES:

- Contamos con un sector informal donde los artesanos no tienen cultura de empresarios
- Altos costos de la plata al ser un metal precioso
- Inseguridad
- Es un producto considerado como bien de lujo, y en ocasiones nuestros clientes podrían primeramente cubrir sus necesidades primarias.

- Poca tecnología para la producción de las joyas en filigrana
- Altos costos en trámites de exportación
- las joyerías pueden tardar hasta 24 meses para presentar utilidades.

#### AMENAZAS:

- Aumento del precio de la plata, para fabricar nuestros productos
- Entrada de nuevos competidores al mercado (importaciones piratas chinas)
- La economía del país como la mayoría es inestable
- Desarrollo de nuevas tecnologías en producción joyera, dejando atrás la joyería tradicional.
- Falsificación de los diseños de Taxco principalmente por el mercado chino.

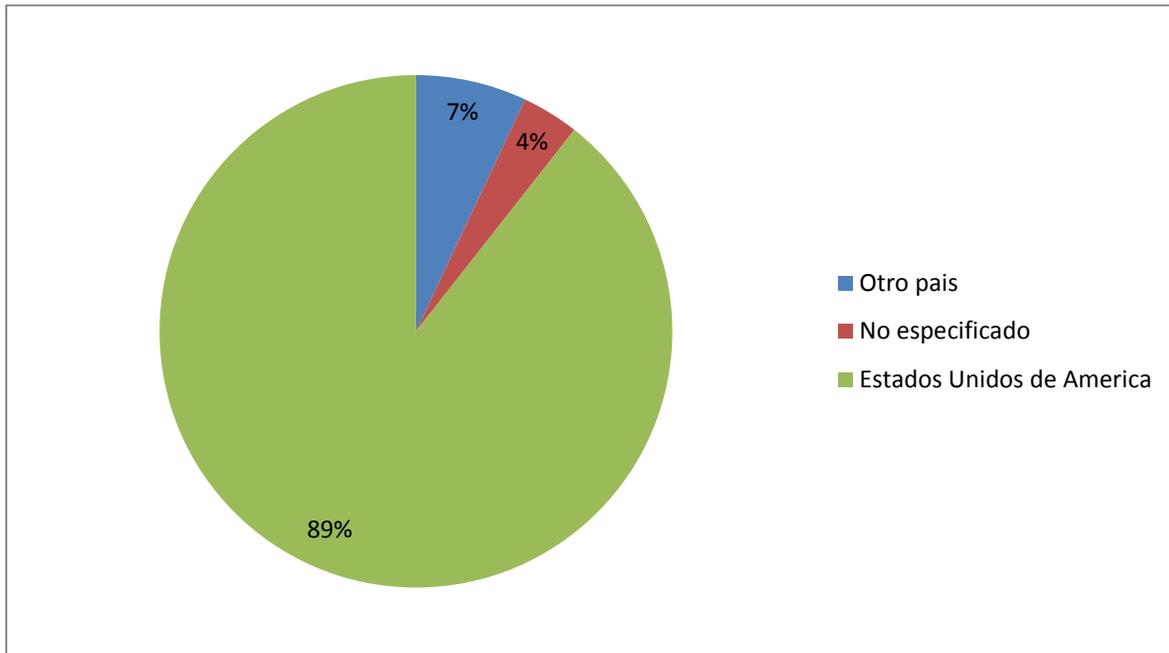
## **CAPITULO 5 ANÁLISIS DE MERCADO**

### **5.1 Segmentación y descripción del mercado meta**

Esta Comercializadora contempla los siguientes segmentos de mercado, los cuales son;

- Población hispana: Hombres y mujeres, viviendo en San Diego, California, Estados Unidos. Se atacará a este segmento con el mercado de la nostalgia.
- Norteamericanos en general económicamente activos.

**Grafica 1. Porcentaje de la población migrante internacional según lugar de destino datos**



**Fuente: INEGI 2017 ELABORACION PROPIA**

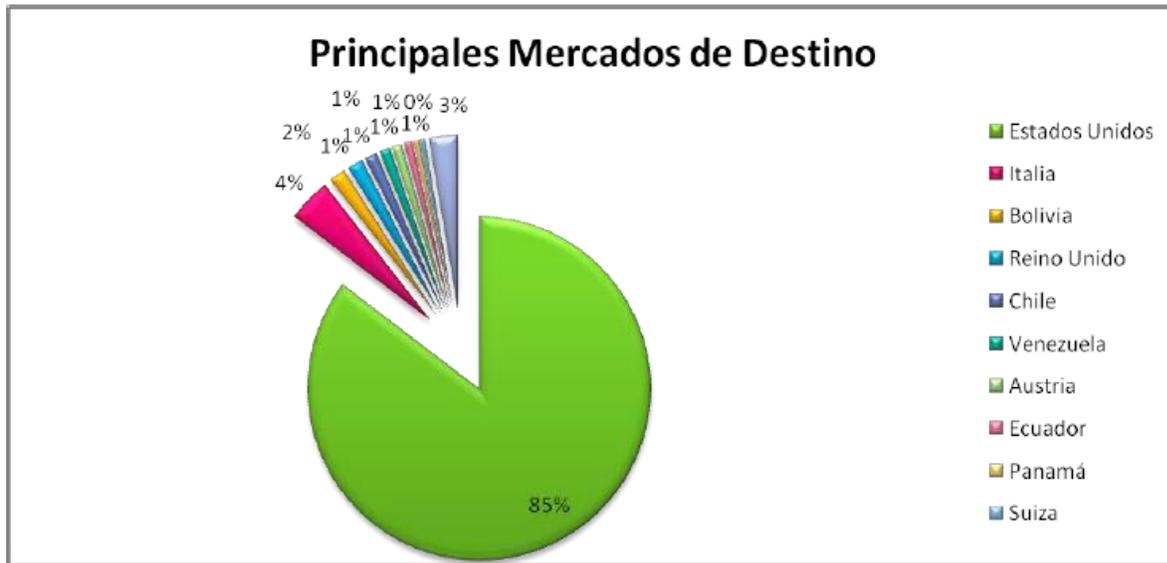
La población de raza blanca dentro de San Diego California representa el 69.5% de la población total, según el censo del 2010 dentro de Estados Unidos son un numero de 1, 981,442.(LIBRES, 2017)

## **5.2 Análisis de la competencia**

### Competencia Internacional

Esta Grafica de pastel, muestra que EEUU es el principal mercado de destino en la exportación de Plata procedente de Perú, motivo por el cual este país será nuestra principal competencia, como ya se había mencionado, Sin embargo, la Plata Mexicana es considerada de mayor Calidad ya que tiene una pureza de 925 gramos por cada kg del blanco metal (Guerrero, 2011-2015)

**Grafica 2. Principales Mercados de Destino**



**Fuente: Portal oficial del gobierno del Estado de Guerrero 2015**

De acuerdo con un estudio realizado por un portal de estadísticas, México resultó ser el principal productor de plata, con 5.600 ton, le sigue el Perú con 4.500 tons y China con 2.500 tons.(Statista, 2018)

### **5.3 Exportaciones de Plata de Nuestra Principal Competencia a Nivel Mundial**

Para efectos de Analizar nuestra Principal Competencia se encontró que el segundo país exportador de Plata, seguido de México es Perú.

### **5.4 Competencia extranjera Directa**

En San Diego se pueden encontrar algunas joyerías que podrían ser nuestra competencia extranjera directa, dentro de las cuales destacan:

- Jewelry Vanessa      Tel: (619) 800-0134

Se dedica principalmente a la comercialización de joyería en oro y plata

Ofrece productos tales como; anillos, pulseras, esclavas, dijes, cadenas trabajadas en plata. Estos productos cuentan con innovación.

- Joyería Kevin's      Tel: 2320723

Comercializa joyería fina y regalos con un toque de elegancia

Ofrece productos tales como; accesorios, anillos, pulseras, esclavas, dijes, cadenas trabajadas en oro y plata y relojes.

## **CAPITULO 6 Cuantificación de la oferta y demanda**

### **6.1 Demanda**

#### **6.1.1 Análisis del Consumidor**

El consumidor con los cambios actuales está enfocando su atención a la sostenibilidad, la responsabilidad y la transparencia. Por lo que la industria de la joyería que estoy estudiando tendrá que adoptar medidas sociales para mejorar nuestras estrategias empresariales.

De acuerdo con un estudio especializado respecto al mercado de la joyería de plata de Estados Unidos, se menciona que el público de edad media a media avanzada serán los más interesados en el producto, ya que los jóvenes en la actualidad están prefiriendo gastar en teléfonos móviles y tecnología (exportador, 2017)

Las importaciones de joyería en EEUU de plata han crecido considerablemente, debido al crecimiento del comercio internacional y a la reducción de tarifas en este sector de la industria. Los productos de mayor comercio son las partes de joyería de plata y de metales preciosos.(PROEXPORT, 2017)

Por lo estudiado hasta el momento concluyo que la joyería elaborada en plata podría llegar a tener un mayor dinamismo que otros metales.

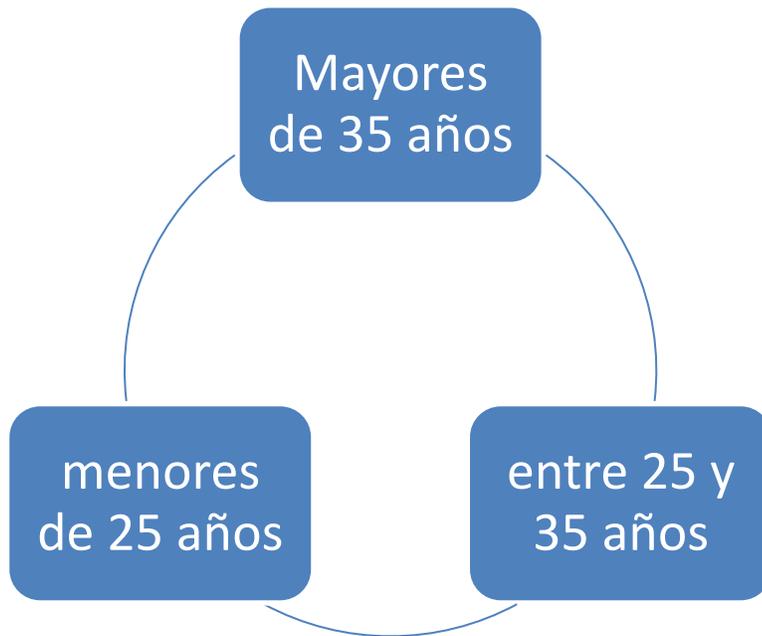
La joyería es el segundo regalo más popular en EEUU para fechas especiales. Las mujeres son los principales consumidores de estos artículos puesto que concentran el 60% de la demanda<sup>4</sup>. (Unidos, 2016)

Las mujeres son las que compran más joyería (mujeres 70% frente a 30% hombres) Aunque son los hombres quienes compran más joyería más costosa, ya que la mayoría son regalos.(PROEXPORT, 2017)

### 6.1.2 Análisis del Consumidor femenino

**El consumidor femenino puede dividirse en tres segmentos:**

**Grafica 3.**



**Fuente: Perfil de mercados, exportación de joyas a E.E.U.U 2016 Elaboración propia**

Las mujeres de 35 años en adelante son las que registran los mayores niveles de consumo. Las mujeres económicamente activas son las principales consumidoras de joyas de plata. (Unidos, 2016)

### **6.1.3 Análisis de consumidor masculino**

Los artículos de joyería más comunes que los hombres estadounidenses son los relojes, y las mancuernillas. Los hombres estadounidenses tienen entre 3 y cuatro relojes, el 37% de los hombres que compran relojes finos, poseen más de uno, y el 58% está interesado en comprar más. (PROEXPORT, 2017)

### **6.1.4 Temporada de Consumo**

Si bien el sector de joyería es bastante dinámico a lo largo de todo el año, existen ciertas fechas en las cuales las ventas se disparan. El día de la Madre, de San Valentín y en la temporada pre navideña se disparan las ventas<sup>5</sup>.(Unidos, 2016)

### **6.1.5 Gustos y Preferencias**

Preferencias de consumo

Para la mujer moderna, estos artículos deben ser versátiles, es decir debe lucir con un traje ejecutivo en el día y al mismo tiempo deben lucirse en la noche.

### **6.1.6 Exportaciones**

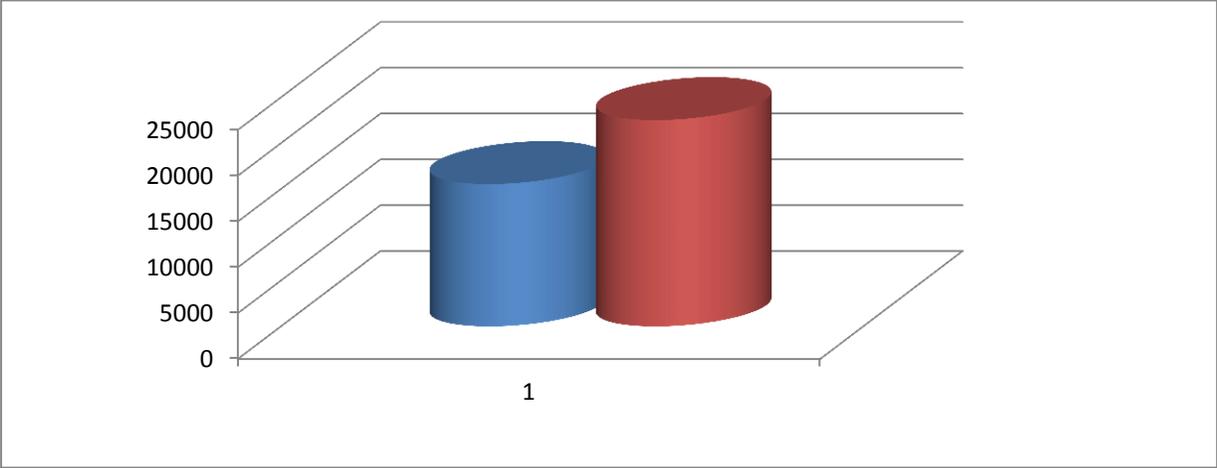
#### **¿Quiénes exportan Plata Actualmente?**

De acuerdo a un estudio realizado por un portal de estadísticas, México resulto ser el principal productor de plata, con 5.600 ton, le sigue el Perú con 4.500 tons y China con 2.500 tons.(Statista, 2018)

**6.1.7 Minerales que exporta México**

De acuerdo con el valor que representan para México, destaca la exportación de plata y zinc a Estados Unidos de América, EE. UU.(INEGI, 2010)

**Grafica 4. Exportaciones Mineras México (Mdd) (2016-2017)**

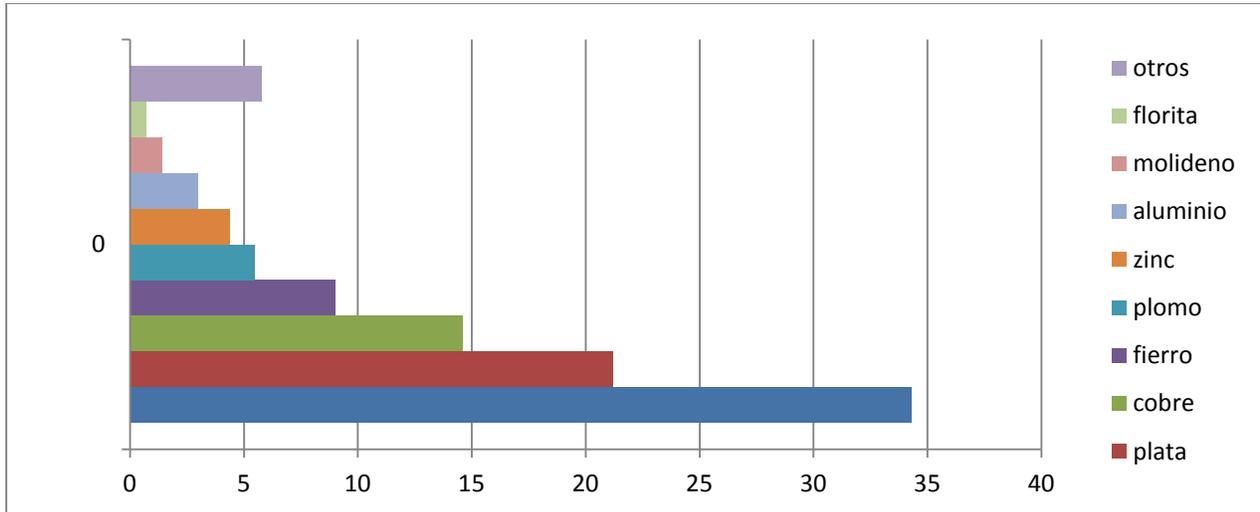


**FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMÍA: REPORTE DE COYUNTURA DE LA MINERÍA NACIONAL 2018 Elaboración propia**

2016---15540 Mdd

2017---22526 Mdd

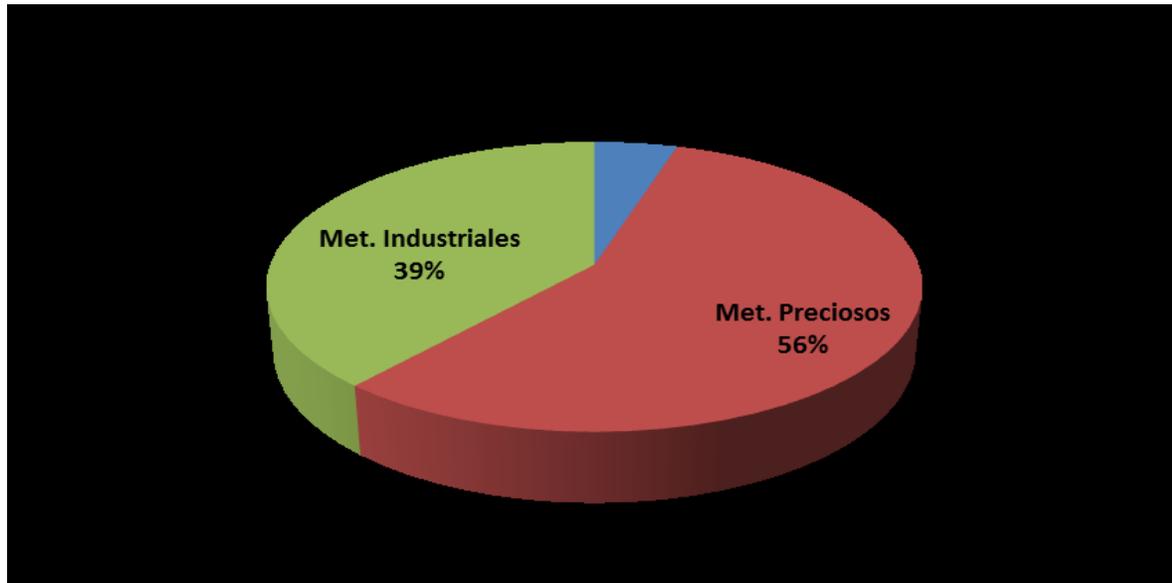
**Grafica 5. Exportaciones por Mineral (Part. %, 2016)**



**FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMÍA: REPORTE DE COYUNTURA DE LA MINERÍA NACIONAL 2016 ELABORACION PROPIA**

### 6.1.8 Exportaciones por Grupo de Mineral

**Grafica 6.**



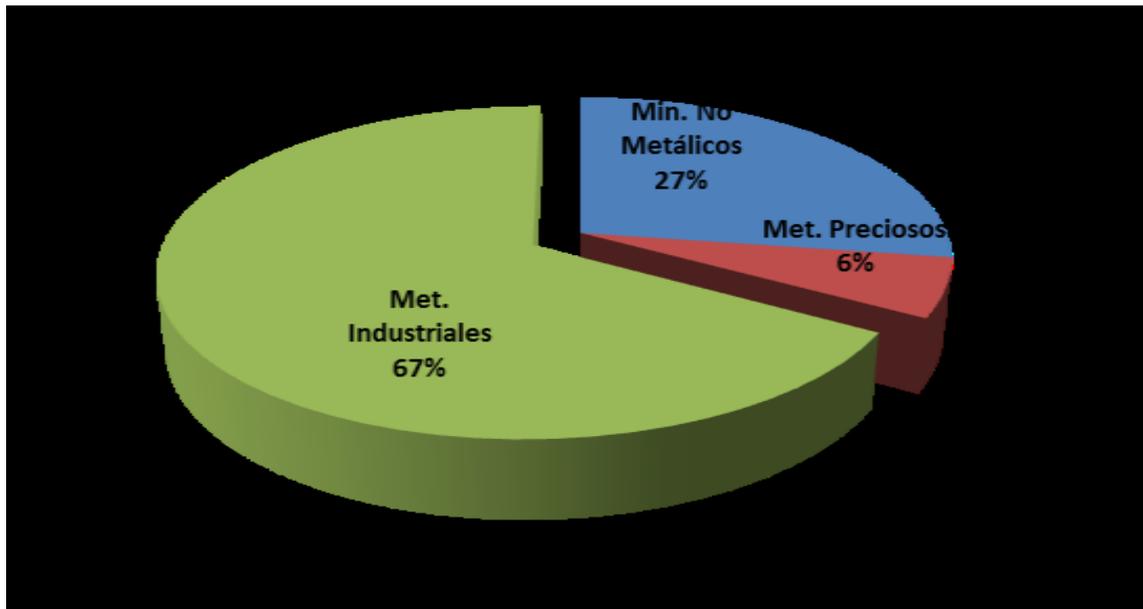
**FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMÍA: REPORTE DE COYUNTURA DE LA MINERÍA NACIONAL 2016 Elaboración propia**

Esta grafica se tomó en cuenta para determinar si hay oportunidad de exportación de plata, considerada como un metal precioso.

### 6.1.9 Oferta

Nos encontramos dentro de un mercado muy competitivo, ya que no contamos con la ventaja de ser un sector monopolístico.

**Grafica 7. Importaciones por Grupo de Mineral**



**FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMÍA: REPORTE DE COYUNTURA DE LA MINERÍA NACIONAL 2016 Elaboración propia**

## **CAPITULO 7 PLAN DE MERCADOTECNIA**

Esta empresa pretende realizar actividades de MKT para lograr que el bien o servicio que ofrece llegue al alcance de los consumidores internacionales y sea adquirido por ellos.

Se tomarán en cuenta las **4 P's** del Marketing.

### **7.1 Producto**

Se contará con un catálogo de productos para que los clientes puedan identificar nuestra marca, estilo e innovación en nuestros productos, así como una página de Facebook

donde se promocione el producto, se pretende promocionar en primera instancia vía on line.

## JOYERIA

### Anillos



## ORFEBRERIA

### Cajas para puros (cigarreras)



### Mancuernillas



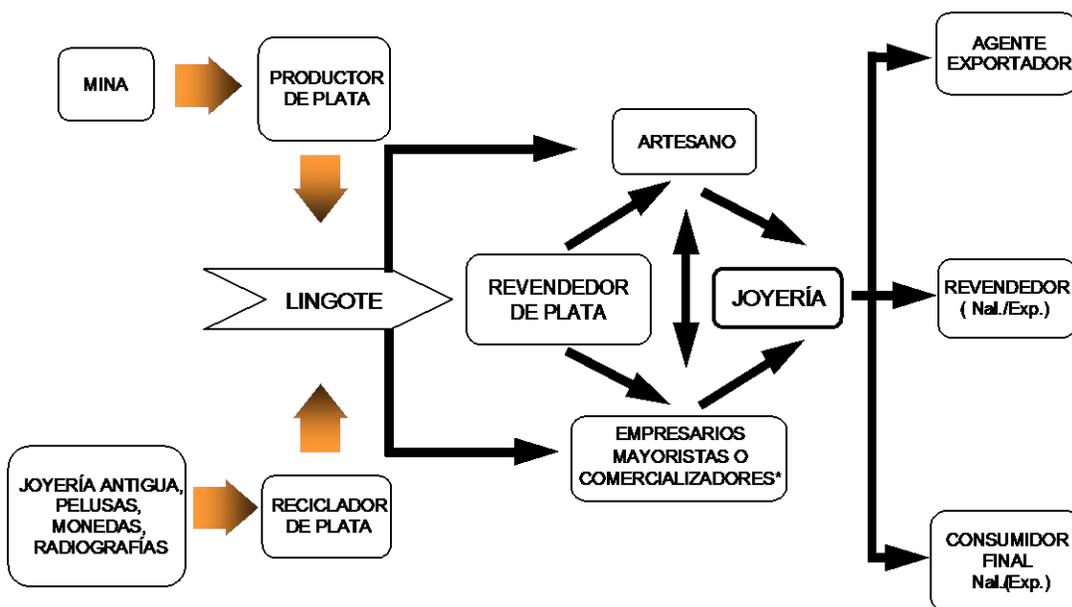
Para elegir el nombre de nuestra marca se tomaron aspectos tales como:

- Un nombre simple y corto
- Buscar una palabra clave que el consumidor estadounidense pudiera entender e identificar
- Elegir un nombre descriptivo y único.

**Nota:** J' Style aceptara en sus modalidades de forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.)

## 7.2 Plaza o Distribucion

**Figura 4. Estructura Básica de la Cadena Productiva de la Industria de Joyería de Plata**



**FUENTE: Platería de Taxco 2016**

Nota: En la zona se conoce como “Comercializadores” a aquellos empresarios que adquieren la plata, la dan a trabajar a los artesanos y después la venden en sus tiendas o las exportan. Estos comercializadores pueden, en algunos casos, contar con taller propio.

FABRICANTES

TAXCO

(Recursos Humanos;

Los trabajadores por lo

regular son los mismos

miembros de la familia) -----MAYORISTAS

COMERCIALIZADORA

(NOSOTROS)-----

(IMPORTADOR)----- CONSUMIDOR FINAL

### 7.3 Promoción

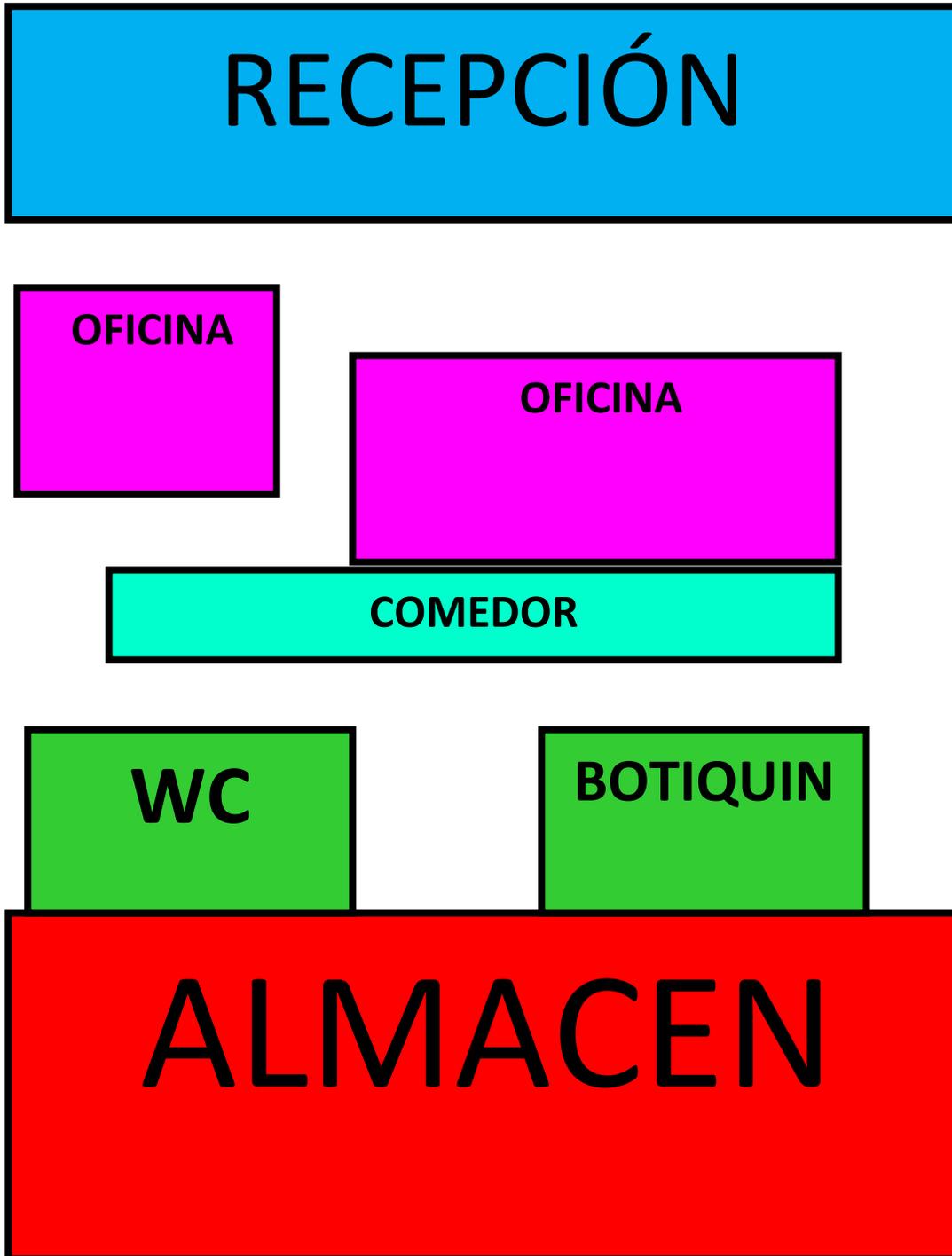
Estrategias de Promoción

Algunas de las promociones que se tienen contempladas son las siguientes;

- Se pretende promocionar On line, redes sociales
- Se harán descuentos a nuestros clientes en compras por mayoreo y/o por volumen.
- Se realizarán promociones de 2x1 en temporadas altas tales como 10 de mayo, temporada navideña etc.
- Se ofrecerá un “Plus al Cliente” donde si el producto no llega a la hora y fecha exacta de su entrega, el producto va por nuestra cuenta.

CAPITULO 8

Figura 5. Estudio Técnico



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



## **8.1 Descripción del proceso de producción y/o prestación del servicio**

### **8.1.1 Canales de distribución**

¿Cómo se Comercializa la Plata y de Cuantas Formas?

Para llevar a cabo la correcta distribución del producto se utilizan cuatro canales de distribución como son: pequeños comerciantes, joyerías, ventas directas y comercializadoras internacionales.

Nuestra empresa se encuentra en el rubro de Comercializadora Internacional, por lo que es considerada como un canal de distribución entre los productores de Taxco y nuestro principal canal de distribución: el importador.

### **8.1.2 Determinación de la capacidad de producción**

Los talleres de Taxco cuentan con la capacidad instalada suficiente, de acuerdo a una visita física personal a algunos talleres en los que me pude percatar que cuentan con talleres muy completos.

Por tanto, en la medida en que nuestros proveedores de Taxco produzcan, la empresa tendrá mayor capacidad de producción.

### **8.1.3 Descripción de la maquinaria, equipo e instalaciones**

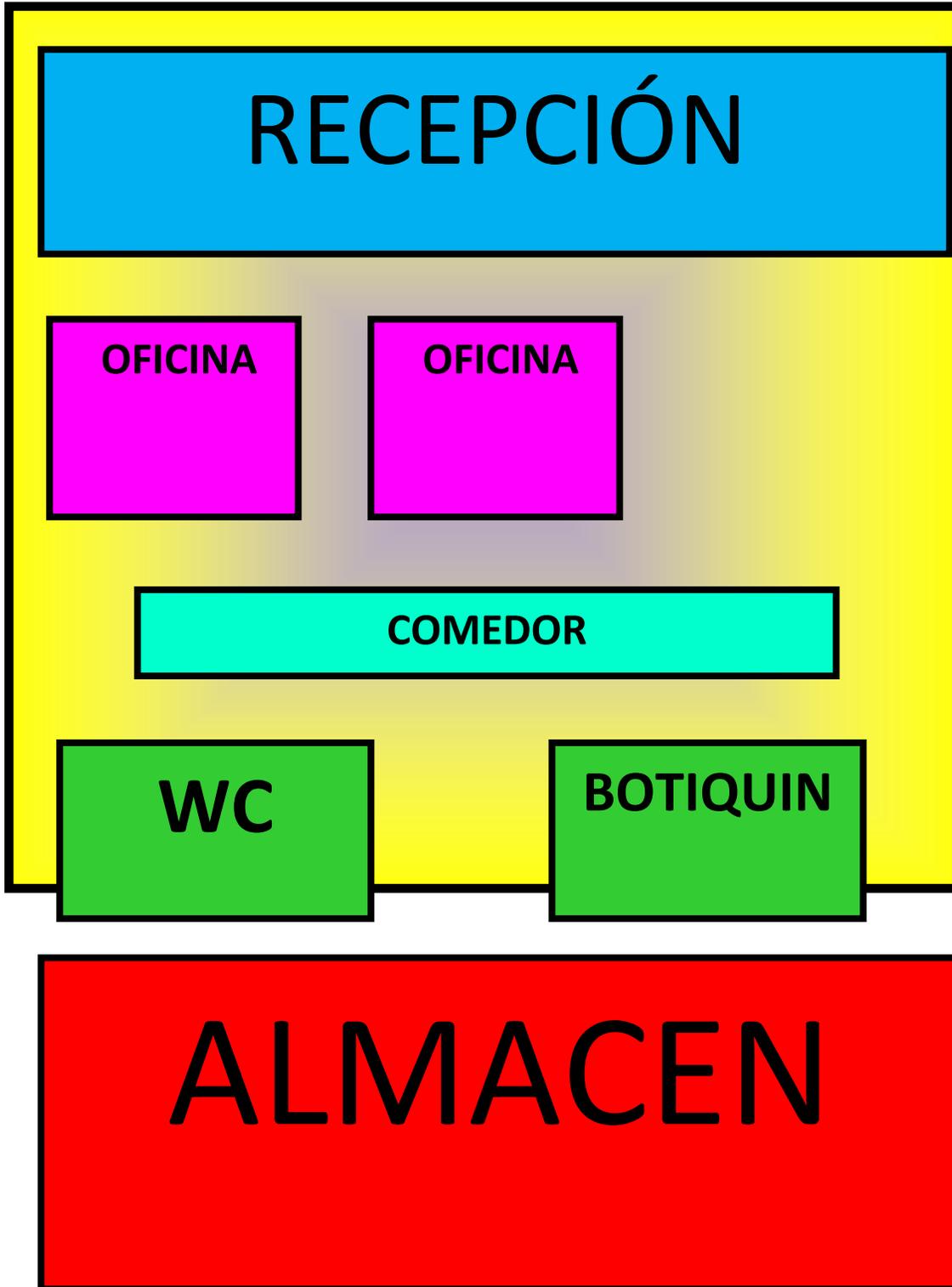
Debido a que esta comercializadora Internacional comprara el producto ya realizado de Taxco no necesitara maquinaria ya que ella se encuentra en los talleres de Taxco.

### **8.1.4 Requerimientos de materia prima de J´Style**

Para nuestra comercializadora: Material para la oficina tal como; papelería, lápices, pólizas, facturas etc.

8.1.5 Diseño, distribución y ubicación de la planta y oficinas (a futuro)

Figura 6. Nuestra distribución en planta



Fuente: ELABORACIÓN PROPIA



## 8.2 Estudio técnico del análisis

### 8.2.1 INCOTERMS

Trabajaremos con el incoterm EXW, lo que significa que nosotros como vendedores (comercializadora) pondremos la mercancía a disposición del importador en sus instalaciones ya sea su empresa o almacén.

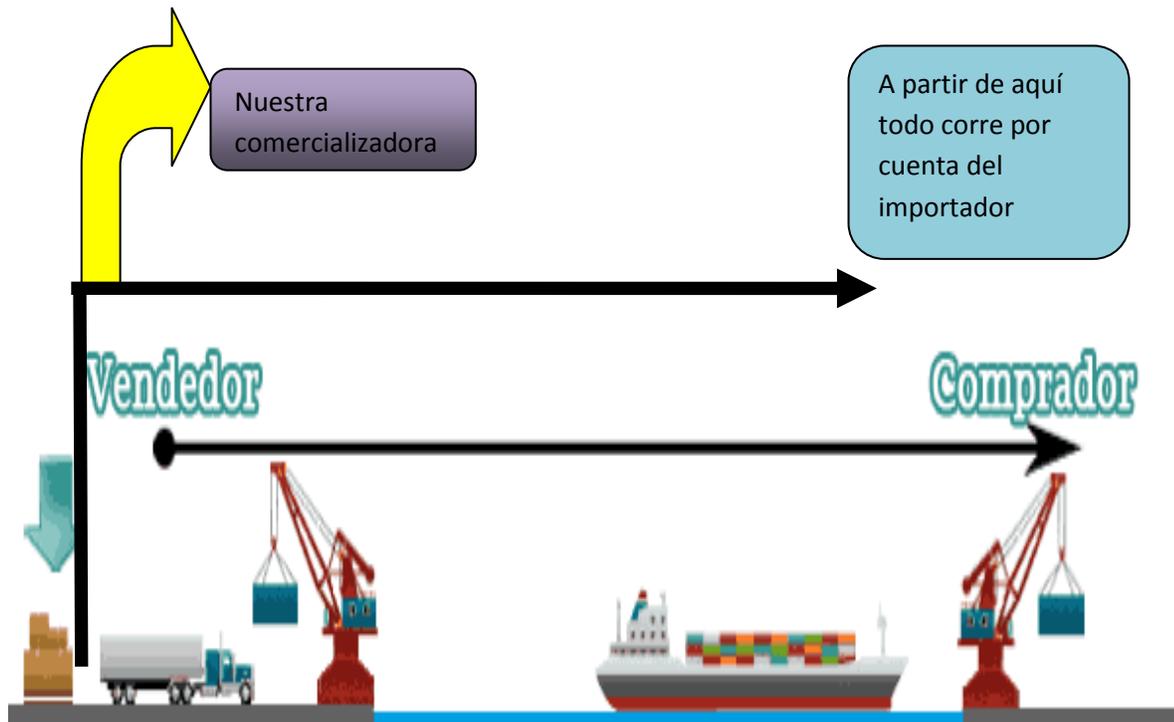
Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador es decir el importador.

En este incoterm EXW se puede utilizar con cualquier tipo de transporte o con una combinación de ellos conocido como transporte multimodal.

Nuestra obligación como comercializadora (vendedor):

- Suministrar la mercancía y la factura, de conformidad con el contrato de venta y ponerla a su disposición en el lugar designado a la fecha estipulada, en caso contrario, en el lugar y fecha acostumbrados, con aviso suficiente al comprador.
- Prestar la ayuda que precise el comprador para obtener cualquier licencia, autorización, seguro, etc.
- Soportar todos los gastos (marcado, embalaje, peso, etc.), incluidos los riesgos de pérdida y daño, hasta que la mercancía no haya sido puesta disposición del comprador.
- La obligación del importador (comprador):  
Cargar la mercancía en vehículos proporcionados por el mismo o de despacharla de aduana para la exportación, salvo acuerdo en contrario, correrá con todos los gastos (licencias, autorizaciones, formalidades, impuestos) y riesgos de tomar la mercancía del domicilio del vendedor hacia el destino deseado, e incluso los de pérdida o daño que pueda sufrir la mercancía a partir del aviso del vendedor
- Asumir los gastos aduaneros.
- Reembolsar los gastos que haya realizado el vendedor al prestar su ayuda en la obtención de documentos, permisos, etc. y efectuar el pago de la mercancía según lo estipulado.

## Imagen 1. A CONTINUACIÓN UN GRAFICO DE NUESTRA ACTIVIDAD



**FUENTE: Incoterms 2018 (International Commerce Terms)**

La flecha verde hacia abajo ( ↓ ) indica el momento de la entrega por parte de nosotros, lo que conlleva al final de nuestras responsabilidades para con la mercancía.

En este caso, nosotros ya cumplimos con la responsabilidad en el momento en el que dejamos la mercancía a disposición del comprador en nuestros almacenes.

### 8.2.2 Logística

Nosotros pretendemos ir por la mercancía a Taxco, Guerrero por un transporte terrestre es decir nuestro propio carro.

## Imagen 2. Logística



Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

### 8.2.3 Costos de logística

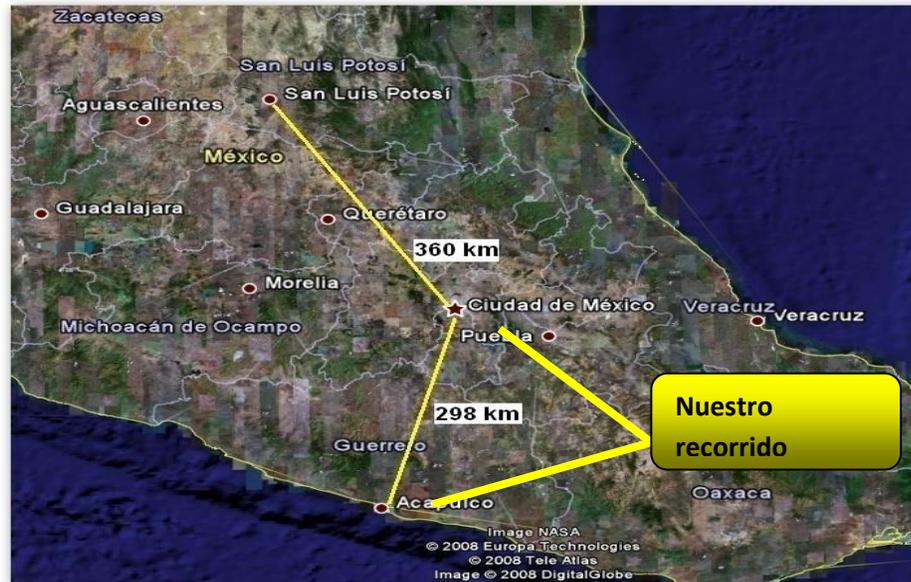
Costos de las casetas:

-Caseta	No.	1	Tlalpan	(D.F.)-	\$85
-Caseta	No.	2	Alpuyeca	(Pasando Cuernavaca)	- \$56
-Caseta	No.	3	Paso Morelos	(Pasando el límite Mor - Gro)	- \$87
-Caseta	No.	4	Palo Blanco	(Pasando Chilpancingo)	- \$83
-Caseta	No.	5	La Venta	(Entrada Acapulco)	- \$78

-Caseta No. 6 Maxitunel (Zona Urbana) - \$64

-Total. \$453

### Imagen 3. Recorrido Taxco- CDMX



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Tenemos que multiplicar el total que es de \$453.00 por 2, lo que significa la ida y el regreso nos da un total de gasto en caseta de: \$956.00

Mas el gasto aproximado de gasolina de \$800.00 teniendo en cuenta el precio de la gasolina magna por litro es de \$11.14MN y que iremos en un carro de cuatro cilindros.

El gasto aproximado en viáticos lo estimamos en \$300.00.

Lo que nos da un total de:

-Casetas: \$956.00

-Gasolina: \$800.00

-Viáticos: \$300.00

-Total = \$2056.00

#### 8.2.4 Seguro

Contrataremos un seguro nacional.

El cual será Grupo Nuño.

#### Imagen 4. Seguro



#### Fuente: Bróker de seguros en México 2018

Esta póliza otorga cobertura a los riesgos inherentes al traslado de cualquier objeto o mercancía en el trayecto asegurado, a partir del momento en que es despachada la mercancía objeto del seguro y hasta la entrega al destinatario nacional.

#### 8.2.5 Clasificación Arancelaria

##### FRACCIÓN ARANCELARIA DE LA PLATA

Cap.: 71 Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares, metales preciosos, chapados de metales preciosos, y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas.

Part.: 71.08 Oro (incluido el oro platinado), en bruto, semilabrado o en polvo.

Fracción 7108.13 – Otras formas de oro semi manufacturado

Part.: 71.13 Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).

Subp. 7113.11.01 -- De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).

Fracción 7113.19 .01 De otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos.

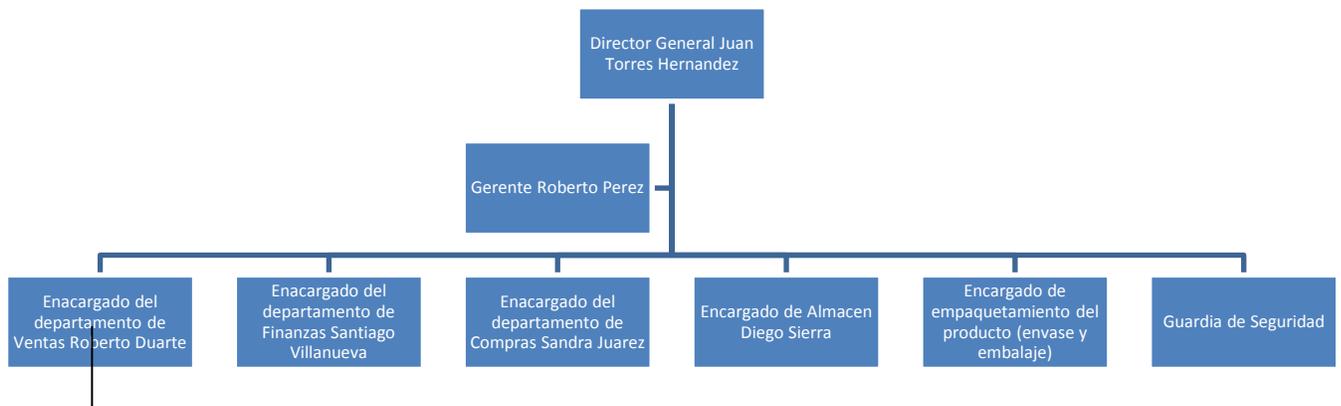
### 8.2.6 Análisis y determinación de la Localización óptima de la empresa

Después de Analizar como tal el producto que esta empresa va a comercializar, se llego a la conclusión de que al ser un producto que va dirigido al segmento de mercado especifico como lo es el mercado de la nostalgia y personas de un nivel económico medio alto a alto, la empresa debe estar ubicada en un lugar no muy popular, donde haya mucha más seguridad y centros y/o locales comerciales alrededor. Se pretende poner la planta en Taxco Guerrero.

## CAPITULO 9 Estudio Administrativo

### 9.1 Organigrama y áreas funcionales de la empresa

Figura 4. Organigrama



Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

## 9.2 Determinación de sueldos y número de empleos a generar

La primera aproximación de los sueldos y números de personas a las que esta comercializadora empleara son en una primera estancia alrededor de 9 personas en la oficina.

1. Director General
2. Gerente
3. Encargado del área de Ventas
4. Encargado del área de Compras
5. Encargado del área de Finanzas
6. Encargado del área de Almacén
7. Encargado del empaquetamiento del producto
8. Guardia de seguridad

## 9.3 Descripción de puestos

### Director General

I.-Área a la que pertenece: Dirección General

Número de personas en el puesto: 1

II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: El mismo

Puesto inmediato inferior: Gerente

III. Descripción genérica del puesto:

Coordinar y supervisar todo lo relacionado al buen manejo de su empresa. Los esfuerzos de los empleados para el logro de objetivos de la empresa entre otras cosas.

IV. Descripción específica del puesto (funciones):

- Dirigir todas las áreas de la empresa, así como la toma de decisiones

#### Especificaciones del puesto

#### Requisitos:

- Intelectuales

#### Conocimientos y experiencia indispensables:

Conocimiento de administración, contabilidad y finanzas.

Conocimiento en computación

Dominio de operaciones matemáticas

Experiencia mínima de 5 años en un puesto de dirección.

Experiencia en el manejo de personal profesional.

Manejo de aspectos legales corporativos y de crédito.

Manejo de herramientas de información.

Capacidad para establecer metas y que se logren.

Negociador.

Experiencia en el área de mercadeo y promoción.

Experiencia en negocios propios

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo proactivo, propositivo.

- Físicos:

- Habilidades

Capacidad de concentración

Facilidad de palabra

Manejar personal

Tomar decisiones

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente mínimo esfuerzo físico

Mentales: Se requiere de importante capacidad intelectual.

Responsabilidad.

Entre otras, tiene a su cargo a todo el personal de las áreas a su cargo, así como su funcionamiento y sus recursos, tanto económicos y materiales

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

La mayor parte del tiempo realiza su trabajo sentado

**Perfil**

**Edad:** 23 años en adelante

**Sexo:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** licenciatura en el área económicas – administrativas.

**Experiencia:** 5 años en un puesto similar.

**Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente

Tolerante.

Negociador.

Motivador.

Actitud positiva.

Trabajo en equipo.

Creativo.

Actitud de servicio.

## **Gerente General**

I.-Área a la que pertenece: Gerencia

Número de personas en el puesto: 1

II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: Director General

Puesto inmediato inferior: Responsable del área de ventas

III. Descripción genérica del puesto:

Supervisar todo lo relacionado al buen manejo de la empresa. Supervisar el buen funcionamiento del área de compras, ventas y finanzas.

IV. Descripción específica del puesto (funciones):

- Supervisar todas las áreas de la empresa, así como la toma de decisiones y establecer algunos contactos con clientes.

Especificaciones del puesto

Requisitos:

- Intelectuales

Conocimientos y experiencia indispensables:

Conocimiento de administración, contabilidad y finanzas.

Conocimiento en computación

Dominio de operaciones matemáticas

Experiencia en el manejo de personal profesional.

Manejo de aspectos legales corporativos y de crédito.

Manejo de herramientas de información.

Capacidad para establecer metas y que se logren.

Negociador.

Experiencia en el área de mercadeo y promoción.

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo proactivo, propositivo.

- Físicos:

- Habilidades

Capacidad de concentración

Facilidad de palabra

Manejar personal

Tomar decisiones

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente mínimo esfuerzo físico

Mentales: Se requiere de importante capacidad intelectual.

Responsabilidad.

Entre otras, tiene a su cargo a todo el personal del área de compras, ventas y finanzas a su cargo, así como su funcionamiento y sus recursos, tanto económicos y materiales

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

La mayor parte del tiempo realiza su trabajo sentado

### **Perfil**

**Edad:** 23 años en adelante

**Sexo:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** licenciatura en el área económicas – administrativas.

**Experiencia:** 2 años en un puesto similar.

**Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente

Tolerante.

Negociador.

Motivador.

Actitud positiva.

Trabajo en equipo.

Creativo.

Actitud de servicio.

**Encargado del área de Ventas**

I.-Área a la que pertenece: Ventas

Número de personas en el puesto: 1

II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: Gerente General

Puesto inmediato inferior: Recepcionista

III. Descripción genérica del puesto:

Dirigir todo lo relacionado a ventas y atención a clientes.

IV. Descripción específica del puesto (funciones):

Dirigir todo lo relacionado a ventas y atención a clientes.

Especificaciones del puesto

Requisitos:

- Intelectuales

Conocimientos y experiencia indispensables:

Conocimiento en ventas

Conocimiento en computación

Manejo de aspectos legales corporativos y de crédito.

Manejo de herramientas de información.

Capacidad para establecer metas y que se logren.

Negociador.

Experiencia en el área de mercadeo y promoción.

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo proactivo, propositivo.

- Físicos:

- Habilidades

Capacidad de concentración

Facilidad de palabra

Manejar personal

Tomar decisiones

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente mínimo esfuerzo físico

Mentales: Se requiere de importante capacidad intelectual.

Responsabilidad.

Dirigir todo lo relacionado a ventas y atención a clientes.

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

La mayor parte del tiempo realiza su trabajo sentado

### **Perfil**

**Edad:** 20 años en adelante

**Sexo:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** licenciatura

**Experiencia:** 2 años en un puesto similar.

### **Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente

Tolerante.

Negociador.

Motivador.

Actitud positiva.

Trabajo en equipo.

Creativo.

Actitud de servicio.

### **Encargado del área de Compras**

I.-Área a la que pertenece: Compras

Número de personas en el puesto: 1

II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: Gerente General

Puesto inmediato inferior: Recepcionista

III. Descripción genérica del puesto:

Dirigir todo lo relacionado a compras de la empresa y atención a proveedores

#### IV. Descripción específica del puesto (funciones):

Dirigir todo lo relacionado a compras y atención a proveedores

Especificaciones del puesto

Requisitos:

- Intelectuales

Conocimientos y experiencia indispensables:

Conocimiento en Compras

Conocimiento en computación

Manejo de herramientas de información.

Capacidad para establecer metas y que se logren.

Negociador.

Experiencia en el área de compras

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo proactivo, propositivo.

- Físicos:

- Habilidades

Capacidad de concentración

Facilidad de palabra

Manejar personal

Tomar decisiones

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente mínimo esfuerzo físico

Mentales: Se requiere de importante capacidad intelectual.

Responsabilidad.

Dirigir todo lo relacionado a compras y atención a proveedores

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

La mayor parte del tiempo realiza su trabajo sentado

### **Perfil**

**Edad:** 20 años en adelante

**Sexo:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** licenciatura

**Experiencia:** 2 años en un puesto similar.

### **Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente

Tolerante.

Negociador.

Motivador.

Actitud positiva.

Trabajo en equipo.

Creativo.

Actitud de servicio.

### **Encargado del área de Finanzas**

I.-Área a la que pertenece: Finanzas

Número de personas en el puesto: 1

II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: Gerente General

Puesto inmediato inferior: Recepcionista

III. Descripción genérica del puesto:

Dirigir todo lo relacionado a Finanzas de la empresa

#### IV. Descripción específica del puesto (funciones):

Dirigir todo lo relacionado a Finanzas

Especificaciones del puesto

Requisitos:

- Intelectuales

Conocimientos y experiencia indispensables:

Conocimiento en Finanzas

Conocimiento en computación

Manejo de herramientas de información.

Capacidad para establecer metas y que se logren.

Negociador.

Experiencia en el área de Finanzas

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo proactivo, propositivo.

- Físicos:

- Habilidades

Capacidad de concentración

Facilidad de palabra

Manejar personal

Tomar decisiones

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente mínimo esfuerzo físico

Mentales: Se requiere de importante capacidad intelectual.

Responsabilidad.

Dirigir todo lo relacionado a compras y atención a proveedores

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

La mayor parte del tiempo realiza su trabajo sentado

### **Perfil**

**Edad:** 20 años en adelante

**Sexo:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** licenciatura

**Experiencia:** 2 años en un puesto similar.

### **Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente

Tolerante.

Negociador.

Motivador.

Actitud positiva.

Trabajo en equipo.

Creativo.

Actitud de servicio.

### **Encargado del área de Almacén**

I.-Área a la que pertenece: Almacén

Número de personas en el puesto: 1

## II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: Gerente General

Puesto inmediato inferior: Recepcionista

## III. Descripción genérica del puesto:

Dirigir todo lo relacionado a la correcta operación del almacén.

## IV. Descripción específica del puesto (funciones):

Dirigir todo lo relacionado a la correcta operación del almacén.

## Especificaciones del puesto

### Requisitos:

- Intelectuales

### Conocimientos y experiencia indispensables:

Experiencia en operaciones de almacén

Conocimiento en computación

Manejo de herramientas de información.

Capacidad para establecer metas y que se logren.

Negociador.

Experiencia en el área de almacén

Iniciativa: Se requiere iniciativa para resolver problemas difíciles y de gran trascendencia que se presenten en el trabajo proactivo, propositivo.

- Físicos:

- Habilidades

Capacidad de concentración

Facilidad de palabra

Manejar personal

Tomar decisiones

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente mínimo esfuerzo físico

Mentales: Se requiere de importante capacidad intelectual.

Responsabilidad.

Dirigir todo lo relacionado a compras y atención a proveedores

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

La mayor parte del tiempo realiza su trabajo sentado

### **Perfil**

**Edad:** 20 años en adelante

**Sexo:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** licenciatura

**Experiencia:** 2 años en un puesto similar.

### **Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente

Tolerante.

Negociador.

Motivador.

Actitud positiva.

Trabajo en equipo.

Creativo.

## **Encargado del empaquetamiento del producto**

I.-Área a la que pertenece: Producción

Número de personas en el puesto: 1

II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: Gerente General

Puesto inmediato inferior: Guardia de seguridad

III. Descripción genérica del puesto:

Empaquetar el producto, dándole la correcta presentación y colocarle una etiqueta  
Que llevara la marca J' Style

IV. Descripción específica del puesto (funciones):

Empaquetar el producto, dándole la correcta presentación y colocarle una etiqueta  
Que llevara la marca J' Style

Especificaciones del puesto

Empaquetado

Conocimiento en empaquetamiento

Físicos:

- Habilidades

Capacidad de concentración

Facilidad de palabra

Tomar decisiones

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente mucho esfuerzo físico

Responsabilidad.

Empaquetar el producto, dándole la correcta presentación y colocarle una etiqueta Que  
llevara la marca J' Style

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

**Perfil**

**Edad:** 18 años en adelante

**Sexo:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** bachillerato

**Experiencia:** no necesaria, se capacita

**Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente

Tolerante.

Negociador.

Motivador.

Actitud positiva.

Trabajo en equipo.

Creativo.

Actitud de servicio.

**Guardia de seguridad**

I.-Área a la que pertenece: Seguridad

Número de personas en el puesto: 1

II. Posición del puesto en la organización

Puesto inmediato superior: Gerente General

III. Descripción genérica del puesto:

Proteger la seguridad de las mercancías, así como de los empleados de la empresa

#### IV. Descripción específica del puesto (funciones):

Proteger la seguridad de las mercancías, así como de los empleados de la empresa

Especificaciones del puesto

Activo

- Esfuerzos:

Físicos: El trabajo exige relativamente total esfuerzo físico.

Responsabilidad.

Proteger la seguridad de las mercancías, así como de los empleados de la empresa

Medio ambiente:

Buena iluminación

Adecuada ventilación

Limpieza

#### **Perfil**

**Edad:** 18 años en adelante

**Sexo:** Masculino

**Estado civil:** indistinto

**Escolaridad:** secundaria

**Experiencia:** no necesaria

**Características personales:**

Honesto

Buen carácter

Puntual

Responsable

Perseverante.

Paciente  
Tolerante.  
Negociador.  
Motivador.  
Actitud positiva.  
Trabajo en equipo.  
Creativo.

## **CAPITULO 10 Marco Legal de la Organización y régimen fiscal**

### **¿QUE TIPO DE ASOCIACION SEREMOS?**

Seremos una Sociedad Anónima de Capital Variable “S.A. de C.V”, por que estaremos bajo una denominación que se va a componer exclusivamente de dos socios cuya obligación se limitara al pago de sus acciones.

Lo anónimo significa que no ejerce el comercio con el nombre propio de los socios.

En esta sociedad anónima, el capital está dividido en acciones transmisibles que atribuyen a su titular la condición de socio, el cual disfruta del beneficio de la responsabilidad limitada frente a la sociedad y no responde personalmente de las deudas.

Nuestras características son:

- Tener dividido en capital en acciones;
- El capital se forma por las aportaciones de los socios;
- Los socios no responden personalmente de las deudas sociales.
- Constitución de la Sociedad

Al ser una empresa lucrativa y al estar constituidos bajo una sociedad SA de CV, estamos conscientes de que se tendrán que cumplir las siguientes obligaciones.

- Tener un domicilio fiscal
- Inscribirse en el RFC
- Expedir comprobantes fiscales.
- Tener su contabilidad conforme a las reglas del Código Fiscal de la Federación (CFF)
- Abrir una cuenta de banco.
- Presentar sus declaraciones mensuales a más tardar el día 17.
- Presentar declaraciones informativas.
- Cumplir con los requisitos fiscales para que puedan deducir gastos.
- Efectuar retenciones.

**FUENTE INFORMACION APORTADA POR LA SECRETARIA DE ECONOMIA (SE) 2016**

## **10.1 Licencias y permisos para iniciar operaciones**

Trámites para la constitución de la empresa:

### **CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES**

Descripción:

Trámite para obtener de la Secretaría de Economía (SE), la Autorización de uso de denominación o razón social.

Gestión:

El trámite se realiza a través de internet, Para poder acceder se requerirá crear una cuenta en el portal [www.tuempresa.gob.mx](http://www.tuempresa.gob.mx) y contar con la Firma Electrónica Avanzada del Sistema de Administración Tributaria (SAT), conocida como "Fiel" en caso de no contar con este se le sugiere A) Solicitar una cita en el SAT para tramitarla <https://citas.sat.gob.mx/citasat/home.aspx>; INFOSAT 01 800 463 67 28); B) Acudir a un fedatario público (Directorio disponible en <http://www.tuempresa.gob.mx/web/ciudadanos/dir-notarios-corredores>), para

mayor información llamar al 01800 08 32666 (de 9:00 a 18:00 Hrs.) ó al correo electrónico [tuempresa@economia.gob.mx](mailto:tuempresa@economia.gob.mx)

Respuesta:

2 días hábiles

Vigencia:

180 días naturales contados a partir de la fecha de la expedición del permiso para realizar el Aviso del Uso de los Permisos de Denominación.

Formato:

medio electrónico

Costo: Sin costo.

## **AVISO DE USO DE LOS PERMISOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES**

Descripción:

Trámite para informar a la Secretaría de Economía que el permiso que autorizó fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social.

NOTA:

El Fedatario Público Autorizado o Servidor Público que haya sido elegido, deberá dar el Aviso de Uso correspondiente a través del Sistema, dentro de los 180 días naturales siguientes a la fecha de la Autorización correspondiente, a fin de hacer del conocimiento de la Secretaría de que ha iniciado el uso de la Denominación o Razón Social Autorizada por haberse constituido la Sociedad o Asociación o formalizado su cambio de Denominación o Razón Social ante su fe.

Gestión:

Para mayor información llamar al 01800 08 32666 (de 9:00 a 18:00 Hrs.) ó al correo electrónico [tuempresa@economia.gob.mx](mailto:tuempresa@economia.gob.mx)

Respuesta :

No aplica.

Vigencia:

Indefinida.

Formato:

Medio electrónico.

Costo:

Sin costo en caso de extemporaneidad aplica el Art. 25 fracción XI de la Ley Federal de Derechos Vigente

## **REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y EL COMERCIO**

Descripción:

Tramite mediante el cual se hace el registro del acta constitutiva ante dicha instancia.

Gestión:

Ventanilla Única de la Dirección General del Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal. Manuel Villalongín N° 15, Colonia Cuauhtémoc, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06500 Teléfono: 5140 1700 ext. 1021, 1046, 2027, 2028, 2029. Días y horarios de atención: lunes a Viernes, de 8:00 a 14:00 hrs. o mediante la pagina web del RPPC SIGER EN LINEA

Respuesta:

De 2 a 5 días hábiles.

Vigencia:  
Indefinida.

Formato:  
UNIVERSAL

Costo :  
\$13,772.00

## **INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES**

Descripción:

Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes.

Gestión:

Administración Local de Recaudación, en los Módulos de Atención Fiscal, en los Módulos de Recepción de Trámites Fiscales y a través del Buzón Fiscal; información al contribuyente México, D.F. Lada (55) Tel. 01 80 04 63 67 28

Respuesta:

Desde la respuesta inmediata hasta 3 días hábiles

Vigencia:  
Indefinida.

Formato:

R1 / Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con CURP con el anexo correspondiente.

Costo:

Gratuito.

## **INICIO Y OPERACIONES**

### **CERTIFICACIÓN DE ZONIFICACIÓN PARA USO ESPECÍFICO**

Descripción:

Tramite que permite obtener el documento que hace constar lo que los programas vigentes disponen en materia de uso del suelo y Normas de Ordenación para un predio determinado sobre si un uso del suelo está permitido o prohibido; o para aquel predio al que se le haya autorizado cambio de uso de suelo.

Gestión:

Dirección General de Administración urbana/ventanilla Única de la SEDUVI Av. insurgentes Centro No. 149, Col. San Rafael, Del. Cuauhtémoc, México D.F: tel. 5130 2100 y/o en las Ventanillas únicas Delegaciones del GDF México, D.F. / Ventanillas única de Gestión en CANIRAC y CANACO IlaÚnica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 55 113167 y 55 633400 y av. paseo de la Reforma n. 42 Col. Centro (de 9:00 a 14:00 Hrs.)

Respuesta:

5 días hábiles desde la presentación de su solicitud.

Vigencia:

2 años para ejercer el derecho que confiere.

Formato:

AUCUZUS-01

Costo:

\$856.00

## Apertura del negocio

### DECLARACIÓN DE APERTURA

#### Descripción:

Trámite para obtener el documento con el que deberán contar los titulares de establecimientos, cuyo giro no requiere de licencia de funcionamiento para su operación, mismo que puede presentar por Internet en <http://www.apertura.df.gob.mx> Cabe señalar que para poder realizar este trámite es necesario contar con el Certificado de zonificación.

#### Gestión:

Ventanillas Únicas Delegacionales del .D.F. México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.)  
Ventanilla Única de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 55 36 90 40 ext. 146 (de 9:00 a 15:00 Hrs.)

#### Respuesta:

Inmediata.

#### Vigencia:

Indefinida.

#### Formato:

VU-EM-06 Declaración de Apertura. para establecimiento mercantil vía Internet

Costo: Gratuito.

### **DICTAMEN TÉCNICO PARA LA FIJACIÓN, INSTALACIÓN, DISTRIBUCIÓN, UBICACIÓN, MODIFICACIÓN O COLOCACIÓN DE ANUNCIOS**

#### Descripción:

Dictamen técnico que deberán obtener las personas físicas o morales para

solicitar la licencia o permiso para la fijación, instalación, ubicación, modificación o colocación de anuncios permanentes o temporales, que se pretendan instalar en zonas de conservación patrimonial o históricas, en tapiales, en vialidades primarias y/o que sean visibles de estas.

NOTA: Al obtener el dictamen técnico por parte de la Dirección General de Administración Urbana, deberá realizarse el trámite de solicitud de licencia o permiso ante la delegación correspondiente dentro de la vigencia de dicho dictamen (30 días hábiles) ya que caducado este, deberá de solicitarse un nuevo dictamen.

Gestión:

Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda Dirección General de Administración Urbana, Dirección de Equipamiento y Mobiliario Urbano Monterrey 206, Colonia Roma Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06760 De lunes a viernes de 9:00 a 15:00 horas Teléfono 51 30 21 00 lunes a viernes de 9:00 a 15:00 horas.

Respuesta:

15 días hábiles.

Vigencia:

30 días hábiles.

Formato:

Escrito Libre

Costo:

Gratuito.

## **LICENCIA PARA LA FIJACIÓN, INSTALACIÓN O COLOCACIÓN DE ANUNCIO**

### Descripción:

Trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje.

### Gestión:

Ventanillas Únicas Delegacionales del D.D.F. México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.)  
Ventanilla Única de Gestión San Antonio Edad No. 32 Col. Transito México, D.F.  
Lada (55) Tel. 51 30 21 00 (de 9:00 a 15:00 Hrs.)

### Respuesta:

10 días hábiles

### Vigencia:

1 año (renovación).

### Formato:

DGAU-407

### Costo:

Se indica que existen diversas modalidades y cuyos costos son variables.  
Estipulado en el código Financiero del DF

## **REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT**

### Descripción:

El Patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT Y SAR.

Gestión:

Subdelegaciones/ México, D.F. Lada (55) Tel. 52 41 02 45 (de 9:00 a 14:00 Hrs.)

Respuesta:

15 días hábiles.

Vigencia:

Indefinida.

Formato:

Aviso de inscripción patronal AFIL01 Formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo SSRT01003 Aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores (mínimo uno) AFIL02;clem 01.

Costo:

Gratuito.

## **CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO**

Descripción:

Trámite mediante el cual se integra la constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social  
Nota: Este trámite tiene la naturaleza de conservación de información. Lo debe realizar toda empresa en donde rijan las relaciones de trabajo comprendidas en el Artículo 123, Apartado A de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos

Gestión:

Dirección General de Capacitación / Adolfo Ruiz Cortines No 3013 col. San Jerónimo Aculco Tel. 30 00 35 00 ext. 3526 (de 9:30 a 14:30 Hrs.)

Respuesta:

No tiene plazo oficial de respuesta.

Vigencia:

Indefinida.

Formato :

DC1

Costo :

Gratuito.

## **AUTORIZACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL**

Descripción:

Documento otorgado como resultado de la presentación y evaluación de: un Informe Preventivo, Manifestación o Estudio de Impacto Ambiental o de un Estudio de Riesgo según corresponda se encuentra en [www.sma.df.gob.mx](http://www.sma.df.gob.mx)

Nota: para mayor información del Tramite  
[http://www.df.gob.mx/tramites/consultaFichaTyS2003.html?id\\_t\\_s=121&tipo=T](http://www.df.gob.mx/tramites/consultaFichaTyS2003.html?id_t_s=121&tipo=T)

Gestión:

Dirección General de gestión ambiental /dirección de impacto y riesgo ambiental/palpan n.15 7. piso, col. Roma Norte, México, d.f. tel. 52099903 (de 9:00a 14:00 hrs)

Respuesta:

18 a 20 días hábiles

Formato :

SMA-EIAIP-10 MODALIDAD GENERAL INFORME PREVENTIVO SMA-MEIAMGI-12-3 MODALIDAD ESPECIFICA Y ESTUDIO DE RIESGO SMA-MEIAMGI-12-2

Costo :

I. Por la verificación del informe preventivo de impacto ambiental...\$4,127.00 II. Por la evaluación de la manifestación de impacto ambiental: a). En su modalidad general.....\$4,808.00 b). En su modalidad específica...\$7,322.00 III. Por la evaluación del estudio de riesgo ambiental ...\$13,164.00

## **REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES**

Descripción:

Trámite que realizan los propietarios de establecimientos para que se les autorice la descarga de aguas residuales al sistema de alcantarillado urbano del D.F.

Gestión:

Dirección General de Gestión Ambiental del D.F./Dirección de Regulación y Gestión Ambiental de Aguas, Suelos y Residuos/Xalapa No. 15, Col. Roma Norte, México, D.F. Lada (55) Tel. 52 09 99 03, 52072996 y 57070949(de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Única de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 56 11 05 y 55 63 34 00 Ext. 379 (de 9:00 a 15:00 Hrs.)

Respuesta :

10 días hábiles.

Vigencia :

1 año renovación

Formato :

anuncios permanentes DGAU-405 anuncios temporales DGAU-406

Costo :

Se indica que existen diversas modalidades y cuyos costos son variables.

## **ACTA DE INTEGRACIÓN A LA COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO**

Descripción :

Trámite mediante el cual se integra a la Comisión de Seguridad e Higiene en el Trabajo en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

NOTA: Este trámite no requiere presentación de ningún documento ante las oficinas de la autoridad laboral, solamente deberá conservarse la información en el domicilio del centro de trabajo y presentarlo a la autoridad laboral cuando ésta lo solicite.

Gestión :

Dirección General de Seguridad e Higiene en el Trabajo / Valencia No 36 Col. Insurgentes y Milcao México, D.F. Lada (55) 30 00 35 00 (de 8:30 a 14:30 Hrs.)

Respuesta :

No tiene plazo oficial de respuesta.

Vigencia :

Indefinida.

Formato :

Escrito libre

Costo :

Gratuito.

## **APROBACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO**

Descripción :

Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).

NOTA: El trámite se debe presentar dentro de los 15 días siguientes de haberse celebrado, revisado o prorrogado el contrato colectivo. Las empresas en las que no rija contrato colectivo, deben presentarlo dentro de los primeros sesenta días de los años impares.

Gestión :

Dirección General de Capacitación Adolfo Ruíz Cortinas No. 3313 Col. San Jerónimo Aculco , México D.F. Lada (55) 30 00 35 00 ext. 3526 (de 9:30 a 14:30

## **INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN DE IMPUESTO SOBRE NOMINAS**

Descripción :

Trámite por medio del cual se integra al padrón de contribuyentes de la localidad.

Gestión :

Subtesorería de Administración Tributaria Dirección de Registro (Tesorería del D.F.)/ Izazaga No. 89 6° Piso, Col. Centro, México, D.F. Lada (55) Tel. 57 09 00 30 (de 8:00 a 15:00 Hrs.)

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

No aplica vigencia.

Formato :  
ISIN00996

Costo :  
Gratuito

## **ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM)**

Descripción :

Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano

Gestión :

Cámara correspondiente de acuerdo a las actividades que realiza. Mayor Información al Tel. 01 800 410 2000

Respuesta :

Inmediata.

Vigencia :

1 año (revalidación anual).

Formato :

Escrito libre

Costo :

Comercio Pequeño Hasta 2 empleados \$100.00, 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Comercio al por Mayor y Servicios Hasta 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Industrial Hasta 2 empleados \$150.00, 3 a 5 \$350.00, 6 o más \$670.00 pesos.

**FUENTE: INFORMACION PROPORCIONADA POR “Sistema de Información Empresarial Mexicano <http://www.siem.gob.mx>” 2016**

## **CAPITULO 11. Protección de propiedad intelectual**

Este proyecto es susceptible a ser protegido mediante la protección de propiedad intelectual ya que cuenta con la competitividad e innovación suficiente para competir en mercados nacionales e internacionales.

Esta empresa tiene contemplado llevar un registro de marca por lo que se deberá de registrar ante el IMPI (Instituto Mexicano de Propiedad Industrial).

La propiedad intelectual para esta empresa servirá como un instrumento para distinguir nuestros productos de los de los competidores, y de este modo posicionarnos en el mercado, ayudando a incrementar las probabilidades de éxito del negocio a través del diseño y fortalecimiento de estrategias favorables de comercialización del producto.

Al tener una protección de propiedad intelectual el valor comercial de nuestros productos aumenta, debido a que si se cuenta con ella es porque se tiene la innovación, calidad y competitividad necesaria en el mercado meta.

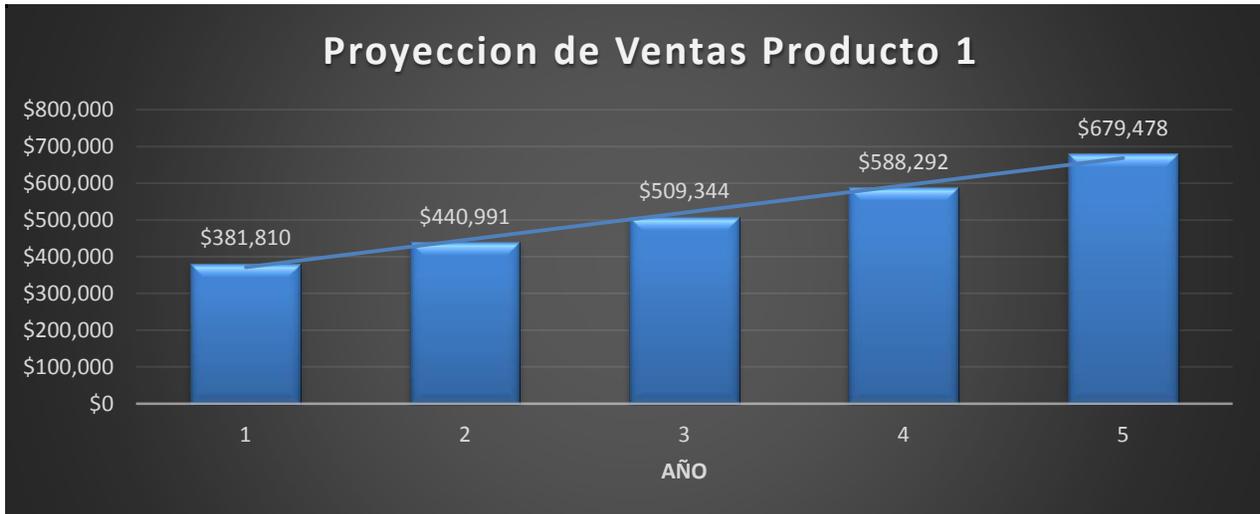
**¿Qué beneficios obtengo al exportar mis bienes o productos que gozan de la protección especial de derechos como activos de propiedad intelectual en México?**

- Si se exporta sin proteger nuestros derechos de propiedad intelectual en el país que vamos a ingresar, es muy probable que los competidores en este mercado cuenten con productos o servicios de alta calidad, tener sus marcas registradas y tener un nombre conocido en el mercado, lo cual implica que nuestros productos o servicios no ingresen con el mismo impacto que estos ya tienen, y que por un lado no prefieran nuestros producto o servicios o que exijan precios más bajos por no tener una marca que los respalde.

- Nuestros potenciales clientes van a preferir nuestros productos o servicios en la medida que los puedan distinguir de la competencia y se les ofrezca un valor adicional a lo que ya les ofrece su mercado doméstico.

## CAPITULO 12. Estudio Financiero

**GRAFICA 8. Proyección de Ventas producto 1**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 9. Proyección de Ventas producto 2**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 10. Proyección de Ventas producto 3**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 11. Proyección de Ventas producto 4**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 12. Proyección de Ventas año 1**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 13. Proyección de Ventas año 2**



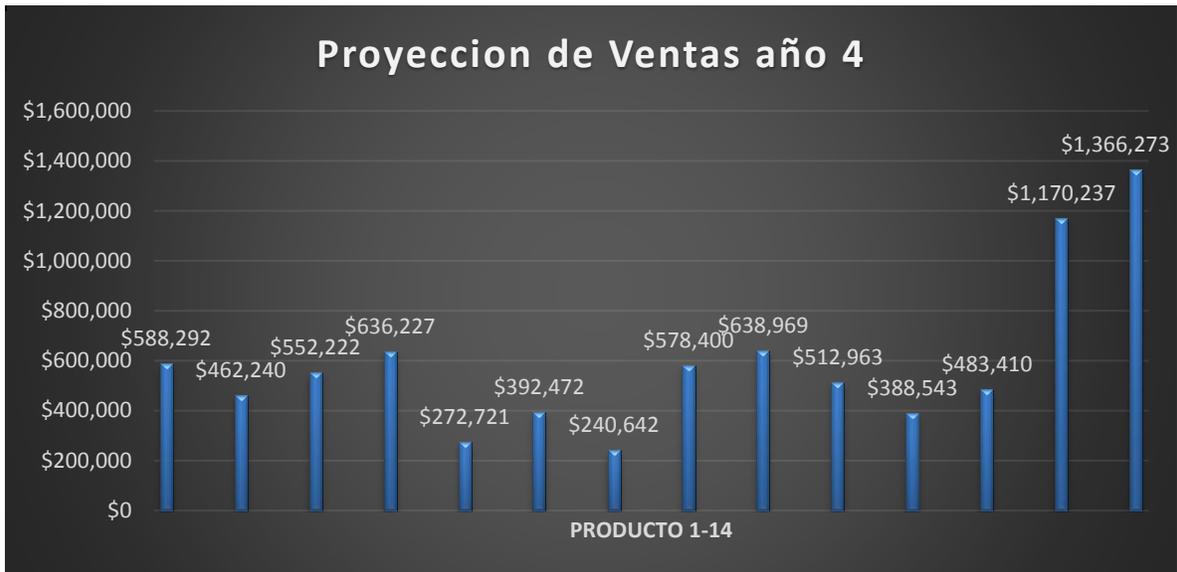
FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 14. Proyección de Ventas año 3**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 15. Proyección de Ventas año 4**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 16. Proyección de Ventas año 5**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICA 17. Proyección Total Ventas (1-5 años)**



FUENTE: DATOS APROXIMADOS DE ACUERDO CON ANALISIS DE PRECIOS TAXCO 2018 ELABORACIÓN PROPIA

## **CAPITULO 13 IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO**

### **13.1 Impacto y beneficio socio- económico**

Con la puesta en marcha de este proyecto, se pretende fomentar la protección de la industria nacional de plata, así como el desarrollo económico del país mediante la creación de fuentes de empleo para los productores de Taxco

### **13.2 Impacto económico**

Se pretende en una primera aproximación que el impacto de la creación de empleos de esta comercializadora se vea reflejado en la economía de Taxco Guerrero, mejorando las condiciones de vida de sus habitantes, dedicados a este oficio.

### **13.3 Impacto en el ambiente natural**

Esta empresa tendrá como objetivo esencial estar registrada como una empresa ESR (Empresa Socialmente Responsable) para proteger el medio ambiente mediante participación en campañas ambientales, reciclaje de materiales, etc.

Se pretende realizar campañas de protección al medio ambiente en Taxco para crear conciencia en el Estado, principalmente en los talleres familiares de la importancia del reciclaje y protección al medio ambiente.

### **13.4 Impacto cultural**

La empresa contribuirá a la difusión y preservación de la cultura mexicana, en este caso las artesanías en plata que realizan los artesanos en Taxco, respetando el entorno cultural de la comunidad, valores, usos y costumbres de la comunidad en general.

### 13.5 Beneficios sociales

También esta comercializadora pretende realizar y/o participar en proyectos de programas comunitarios, se fomentarán las oportunidades de empleo, se darán oportunidades de trabajo a personas con capacidades diferentes, tercera edad, y personas en general que demuestren tener los conocimientos necesarios, así como la innovación, competitividad y experiencia requerida en la elaboración de las artesanías de plata.

### CONCLUSIÓN

De acuerdo al presente análisis investigado, he llegado a la conclusión de que es viable fomentar la comercialización de este metal, debido a que como país, contamos con dos ventajas competitivas, la primera es que somos el principal productor de plata a nivel internacional, la segunda es que específicamente en la región de Taxco se cuenta con los conocimientos y habilidades específicas para transformar este metal en verdaderas obras de arte, tenemos la experiencia necesaria como país para comercializar el producto y competir inclusive a niveles internacionales, esto es sustentado como se mencionó en el marco teórico conceptual por:

- **Adam Smith y su teoría de la ventaja absoluta** la cual refiere “los países deben especializarse en la producción de bienes en donde tengan una ventaja absoluta” Se relaciona con mi proyecto ya que de acuerdo a un estudio realizado por un portal de estadísticas, México resulto ser el principal productor de plata, con 5.600 ton, le sigue el Perú con 4.500 tons y China con 2.500 tons. (Statista, 2018)
- **Teoría de la utilidad;** que menciona lo siguiente: “Las características del bien determinan su utilidad y por tanto afectan las decisiones de compra del consumidor” (Leandro, 2016)

Adam Smith y David Ricardo afirmaban el valor y utilidad de un objeto por la capacidad que tiene de satisfacer una necesidad. (Gonzalez, 2002) Relacionado a mí proyecto debido a que las características de la platería de Taxco son innovadoras y son duraderas; estas características influirán en las decisiones de

compra de los clientes potenciales ya que los considerarán como un bien duradero.

Dentro del presente estudio concluyo que Taxco cuenta con la capacidad instalada suficiente para producir artículos derivados de la orfebrería y platería ya que se cuentan con diversos talleres en la región donde desafortunadamente lo único que falta es la información necesaria para expandir sus mercados de esto me pude percatar en una visita personal con un artesano de la región, se pretende generar empleos, incentivar a los productores de la región mediante una comercializadora que tendrá diversas obras sociales y de inclusión.

Dentro del capítulo doce del presente análisis realicé una proyección de ventas tentativa cuyo resultado arrojó que las ventas a 5 años serán representativas si se logra poner en marcha este proyecto, lo que influirá en el crecimiento y evolución de fuentes de trabajo para personas con conocimientos orfebres. Para efectos del estudio de la proyección de ventas se consideró un análisis de precios reales de locales comerciales de la región.

El presente estudio me llevó a descubrir las grandes oportunidades que tenemos como país y que desafortunadamente no hemos aprovechado; Sin embargo considero que nunca es tarde para poder un granito de arena y hacer de México un país mejor, incentivar a las personas a que crean que pueden lograr lo que se propongan y que nunca es tarde para comenzar a realizar un cambio como país, todo comienza con una idea y es indispensable nunca darse por vencido a pesar de las dificultades que se presenten en el camino pero que a la larga son enseñanzas que nos forman para llegar a ser quien queremos ser.

# ANEXOS

## ANALISIS DE PRECIOS PARA PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 1-5

Producto	Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	100	140	90	100	180	160	100	100	90	100	110	160		
<b>precio unitario</b>	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	\$267	
<b>Producto 1</b>	\$26,70	\$37,38	\$24,03	\$26,70		\$42,72	\$26,70	\$26,70	\$24,03	\$26,70	\$29,37			<b>\$381,81</b>
<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$48,060	0	0	0	0	0	0	0	\$42,720	<b>0</b>
<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	100	150	100	100	190	190	100	100	100	100	110	160		
<b>precio unitario</b>	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	
<b>Producto 2</b>	\$20,00	\$30,00	\$20,00	\$20,00		\$38,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$22,00			<b>\$300,00</b>
<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$38,000	0	0	0	0	0	0	0	\$32,000	<b>0</b>
<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	60	140	80	100	190	190	120	130	90	100	110	90		
<b>precio unitario</b>	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	\$256	
<b>Producto 3</b>	\$15,36	\$35,84	\$20,48	\$25,60		\$48,64	\$30,72	\$33,28	\$23,04	\$25,60	\$28,16			<b>\$358,40</b>
<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$48,640	0	0	0	0	0	0	0	\$23,040	<b>0</b>
<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	110	120	90	100	190	170	140	140	90	90	90	150		
<b>precio unitario</b>	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279	
<b>Producto 4</b>	\$30,69	\$33,48	\$25,11	\$27,90		\$47,43	\$39,06	\$39,06	\$25,11	\$25,11	\$25,11			<b>\$412,92</b>
<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$53,010	0	0	0	0	0	0	0	\$41,850	<b>0</b>
<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	50	100	90	100	160	100	100	100	90	80	80	130		
<b>precio unitario</b>	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	
<b>Producto 5</b>		\$15,00	\$13,50	\$15,00		\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$13,50	\$12,00	\$12,00			<b>\$177,00</b>
<b>Importe</b>	\$7,500	0	0	0	\$24,000	0	0	0	0	0	0	0	\$19,500	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	70	160	90	100	150	100	90	100	90	90	90	150	
	<b>precio unitario</b>	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	\$199	
<b>Product</b>		\$13,93	\$31,84	\$17,91	\$19,90		\$19,90	\$17,91	\$19,90	\$17,91	\$17,91	\$17,91		<b>\$254,72</b>
<b>o 6</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$29,850	0	0	0	0	0	0	\$29,850	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	60	70	90	100	150	100	90	100	90	90	100	100	
	<b>precio unitario</b>	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	\$137	
<b>Product</b>				\$12,33	\$13,70		\$13,70	\$12,33	\$13,70	\$12,33	\$12,33	\$13,70		<b>\$156,18</b>
<b>o 7</b>	<b>Importe</b>	\$8,220	\$9,590	0	0	\$20,550	0	0	0	0	0	0	\$13,700	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	70	120	90	100	150	100	90	100	90	90	100	190	
	<b>precio unitario</b>	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	\$291	
<b>Product</b>		\$20,37	\$34,92	\$26,19	\$29,10		\$29,10	\$26,19	\$29,10	\$26,19	\$26,19	\$29,10		<b>\$375,39</b>
<b>o 8</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$43,650	0	0	0	0	0	0	\$55,290	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	150	160	90	50	200	100	80	120	90	90	100	200	
	<b>precio unitario</b>	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	
<b>Product</b>		\$43,50	\$46,40	\$26,10	\$14,50		\$29,00	\$23,20	\$34,80	\$26,10	\$26,10	\$29,00		<b>\$414,70</b>
<b>o 9</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$58,000	0	0	0	0	0	0	\$58,000	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	70	80	90	90	130	80	80	90	90	100	100	160	
	<b>precio unitario</b>	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	\$287	
<b>Product</b>		\$20,09	\$22,96	\$25,83	\$25,83		\$22,96	\$22,96	\$25,83	\$25,83	\$28,70	\$28,70		<b>\$332,92</b>
<b>o 10</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$37,310	0	0	0	0	0	0	\$45,920	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	140	150	130	130	200	120	80	80	90	100	110	180	
	<b>precio unitario</b>	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	
<b>Product</b>		\$23,38	\$25,05	\$21,71	\$21,71		\$20,04	\$13,36	\$13,36	\$15,03	\$16,70	\$18,37		<b>\$252,17</b>
<b>o 11</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$33,400	0	0	0	0	0	0	\$30,060	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	130	150	130	130	250	130	130	120	100	100	100	190	
	<b>precio unitario</b>	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	\$189	
<b>Product</b>		\$24,57	\$28,35	\$24,57	\$24,57		\$24,57	\$24,57	\$22,68	\$18,90	\$18,90	\$18,90		<b>\$313,74</b>
<b>o 12</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$47,250	0	0	0	0	0	0	\$35,910	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	160	180	150	130	250	200	200	200	210	210	260	300	
	<b>precio unitario</b>	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	\$310	
<b>Product</b>		\$49,60	\$55,80	\$46,50	\$40,30		\$62,00	\$62,00	\$62,00	\$65,10	\$65,10	\$80,60		<b>\$759,50</b>
<b>o 13</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	\$77,500	0	0	0	0	0	0	\$93,000	<b>0</b>

	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	180	200	180	150	300	190	200	200	200	200	220	250	
	<b>precio unitario</b>	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	
<b>Product</b>		\$64,62	\$71,80	\$64,62	\$53,85	\$107,70	\$68,21	\$71,80	\$71,80	\$71,80	\$71,80	\$78,98		<b>\$886,73</b>
<b>o 14</b>	<b>Importe</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$89,750	<b>0</b>

TOTAL

DE

VENTA

S

	\$368,5	\$478,4	\$368,8	\$358,6	\$666,92	\$481,2	\$405,8	\$427,2	\$384,8	\$393,1	\$431,9	\$610,59	\$5,376,1
	30	10	80	60	0	70	00	10	70	40	00	0	80

AÑO 2

		<b>Mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Mes</b>		<b>Mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Mes</b>		
	<b>AÑO 2</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>Mes 17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>Mes 24</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	110	154	99	110	198	176	110	110	99	110	121	176	
	<b>precio unitario</b>	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	\$280	
<b>Product</b>		\$30,83	\$43,17	\$27,75	\$30,83		\$49,34	\$30,83	\$30,83	\$27,75	\$30,83	\$33,92		<b>\$440,99</b>
<b>o 1</b>	<b>Importe</b>	9	4	5	9	\$55,509	2	9	9	5	9	2	\$49,342	<b>1</b>

Product o 2	Cantida d de piezas vendida s	110	165	110	110	209	209	110	110	110	110	121	176	
	precio unitario	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	\$210	
	Importe	\$23,10	\$34,65	\$23,10	\$23,10		\$43,89	\$23,10	\$23,10	\$23,10	\$23,10	\$25,41		\$346,50
	Importe	0	0	0	0	\$43,890	0	0	0	0	0	0	\$36,960	0
Product o 3	Cantida d de piezas vendida s	66	154	88	110	209	209	132	143	99	110	121	99	
	precio unitario	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	\$269	
	Importe	\$17,74	\$41,39	\$23,65	\$29,56		\$56,17	\$35,48	\$38,43	\$26,61	\$29,56	\$32,52		\$413,95
	Importe	1	5	4	8	\$56,179	9	2	8	1	8	5	\$26,611	2
Product o 4	Cantida d de piezas vendida s	121	132	99	110	209	187	154	154	99	99	99	165	
	precio unitario	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	\$293	
	Importe	\$35,44	\$38,66	\$29,00	\$32,22		\$54,78	\$45,11	\$45,11	\$29,00	\$29,00	\$29,00		\$476,92
	Importe	7	9	2	5	\$61,227	2	4	4	2	2	2	\$48,337	3
Product o 5	Cantida d de piezas vendida s	55	110	99	110	176	110	110	110	99	88	88	143	
	precio unitario	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	\$158	
	Importe	\$8,663	\$17,32	\$15,59	\$17,32		\$17,32	\$17,32	\$17,32	\$15,59	\$13,86	\$13,86		\$204,43
	Importe	\$8,663	5	3	5	\$27,720	5	5	5	3	0	0	\$22,523	5
Product o 6	Cantida d de piezas vendida s	77	176	99	110	165	110	99	110	99	99	99	165	
	precio unitario	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	\$209	
	Importe	\$16,08	\$36,77	\$20,68	\$22,98		\$22,98	\$20,68	\$22,98	\$20,68	\$20,68	\$20,68		\$294,20
	Importe	9	5	6	5	\$34,477	5	6	5	6	6	6	\$34,477	2
Product o 7	Cantida d de piezas vendida s	66	77	99	110	165	110	99	110	99	99	110	110	
	precio unitario	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	\$144	
	Importe	\$9,494	\$11,07	\$14,24	\$15,82		\$15,82	\$14,24	\$15,82	\$14,24	\$14,24	\$15,82		\$180,38
	Importe	\$9,494	6	1	4	\$23,735	4	1	4	1	1	4	\$15,824	8

Product o 8	Cantida d de piezas vendida s	77	132	99	110	165	110	99	110	99	99	110	209	
	precio unitario	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	\$306	
	Importe	\$23,52	\$40,33	\$30,24	\$33,61		\$33,61	\$30,24	\$33,61	\$30,24	\$30,24	\$33,61		\$433,57
	Importe	7	3	9	1	\$50,416	1	9	1	9	9	1	\$63,860	5

Product o 9	Cantida d de piezas vendida s	165	176	99	55	220	110	88	132	99	99	110	220	
	precio unitario	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	\$305	
	Importe	\$50,24	\$53,59	\$30,14	\$16,74		\$33,49	\$26,79	\$40,19	\$30,14	\$30,14	\$33,49		\$478,97
	Importe	3	2	6	8	\$66,990	5	6	4	6	6	5	\$66,990	9

Product o 10	Cantida d de piezas vendida s	77	88	99	99	143	88	88	99	99	110	110	176	
	precio unitario	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	\$301	
	Importe	\$23,20	\$26,51	\$29,83	\$29,83		\$26,51	\$26,51	\$29,83	\$29,83	\$33,14	\$33,14		\$384,52
	Importe	4	9	4	4	\$43,093	9	9	4	4	9	9	\$53,038	3

Product o 11	Cantida d de piezas vendida s	154	165	143	143	220	132	88	88	99	110	121	198	
	precio unitario	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	\$175	
	Importe	\$27,00	\$28,93	\$25,07	\$25,07		\$23,14	\$15,43	\$15,43	\$17,36	\$19,28	\$21,21		\$291,25
	Importe	4	3	5	5	\$38,577	6	1	1	0	9	7	\$34,719	6

Product o 12	Cantida d de piezas vendida s	143	165	143	143	275	143	143	132	110	110	110	209	
	precio unitario	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	\$198	
	Importe	\$28,37	\$32,74	\$28,37	\$28,37		\$28,37	\$28,37	\$26,19	\$21,83	\$21,83	\$21,83		\$362,37
	Importe	8	4	8	8	\$54,574	8	8	5	0	0	0	\$41,476	0

Product o 13	Cantida d de piezas vendida s	176	198	165	143	275	220	220	220	231	231	286	330	
	precio unitario	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	\$326	
	Importe	\$57,28	\$64,44	\$53,70	\$46,54		\$71,61	\$71,61	\$71,61	\$75,19	\$75,19	\$93,09	\$107,41	\$877,22
	Importe	8	9	8	7	\$89,513	0	0	0	1	1	3	5	3

Producto 14	Cantidad de piezas vendidas	198	220	198	165	330	209	220	220	220	220	242	275	
	precio unitario	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	
	Importe	\$74,63	\$82,92	\$74,63	\$62,19	\$124,39	\$78,78	\$82,92	\$82,92	\$82,92	\$82,92	\$91,22	\$103,66	<b>\$1,024,1</b>
	Importe	6	9	6	7	4	3	9	9	9	9	2	1	<b>73</b>
<b>TOTAL DE VENTAS</b>														
		<b>\$425,6</b>	<b>\$552,5</b>	<b>\$426,0</b>	<b>\$414,2</b>	<b>\$770,29</b>	<b>\$555,8</b>	<b>\$468,6</b>	<b>\$493,4</b>	<b>\$444,5</b>	<b>\$454,0</b>	<b>\$498,8</b>	<b>\$705,23</b>	<b>\$6,209,4</b>
		<b>52</b>	<b>64</b>	<b>56</b>	<b>52</b>	<b>3</b>	<b>67</b>	<b>99</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>77</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>88</b>

### AÑO 3

Producto	AÑO 3	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	TOTAL
Producto 1	Cantidad de piezas vendidas	121	169	109	121	218	194	121	121	109	121	133	194	
	precio unitario	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	\$294	
	Importe	\$35,61	\$49,86	\$32,05	\$35,61		\$56,99	\$35,61	\$35,61	\$32,05	\$35,61	\$39,18		<b>\$509,34</b>
	Importe	8	6	7	8	\$64,113	0	8	8	7	8	0	\$56,990	<b>4</b>
Producto 2	Cantidad de piezas vendidas	121	182	121	121	230	230	121	121	121	121	133	194	
	precio unitario	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	\$221	
	Importe	\$26,68	\$40,02	\$26,68	\$26,68		\$50,69	\$26,68	\$26,68	\$26,68	\$26,68	\$29,34		<b>\$400,20</b>
	Importe	1	1	1	1	\$50,693	3	1	1	1	1	9	\$42,689	<b>8</b>
Producto 3	Cantidad de piezas vendidas	73	169	97	121	230	230	145	157	109	121	133	109	
	precio unitario	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	\$282	
	Importe	\$20,49	\$47,81	\$27,32	\$34,15		\$64,88	\$40,98	\$44,39	\$30,73	\$34,15	\$37,56		<b>\$478,11</b>
	Importe	1	1	1	1	\$64,887	7	1	6	6	1	6	\$30,736	<b>5</b>
Producto 4	Cantidad de piezas vendidas	133	145	109	121	230	206	169	169	109	109	109	182	
	precio unitario	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	\$308	

	\$40,94	\$44,66	\$33,49	\$37,21		\$63,27	\$52,10	\$52,10	\$33,49	\$33,49	\$33,49		<b>\$550,84</b>	
<b>Importe</b>	1	3	7	9	\$70,717	3	7	7	7	7	7	\$55,829	<b>6</b>	
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	61	121	109	121	194	121	121	121	109	97	97	157		
<b>precio unitario</b>	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165	\$165		
<b>Product</b>	\$10,00	\$20,01	\$18,00	\$20,01		\$20,01	\$20,01	\$20,01	\$18,00	\$16,00	\$16,00		<b>\$236,12</b>	
<b>o 5</b>	<b>Importe</b>	5	0	9	0	\$32,017	0	0	0	9	8	8	\$26,013	<b>2</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	85	194	109	121	182	121	109	121	109	109	109	182		
<b>precio unitario</b>	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219		
<b>Product</b>	\$18,58	\$42,47	\$23,89	\$26,54		\$26,54	\$23,89	\$26,54	\$23,89	\$23,89	\$23,89		<b>\$339,80</b>	
<b>o 6</b>	<b>Importe</b>	3	5	2	7	\$39,821	7	2	7	2	2	2	\$39,821	<b>3</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	73	85	109	121	182	121	109	121	109	109	121	121		
<b>precio unitario</b>	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151	\$151		
<b>Product</b>	\$10,96	\$12,79	\$16,44	\$18,27		\$18,27	\$16,44	\$18,27	\$16,44	\$16,44	\$18,27		<b>\$208,34</b>	
<b>o 7</b>	<b>Importe</b>	6	3	9	6	\$27,414	6	9	6	9	9	6	\$18,276	<b>8</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	85	145	109	121	182	121	109	121	109	109	121	230		
<b>precio unitario</b>	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321	\$321		
<b>Product</b>	\$27,17	\$46,58	\$34,93	\$38,82		\$38,82	\$34,93	\$38,82	\$34,93	\$34,93	\$38,82		<b>\$500,78</b>	
<b>o 8</b>	<b>Importe</b>	4	4	8	0	\$58,230	0	8	0	8	8	0	\$73,758	<b>0</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	182	194	109	61	242	121	97	145	109	109	121	242		
<b>precio unitario</b>	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320		
<b>Product</b>	\$58,03	\$61,89	\$34,81	\$19,34		\$38,68	\$30,94	\$46,42	\$34,81	\$34,81	\$38,68		<b>\$553,22</b>	
<b>o 9</b>	<b>Importe</b>	0	9	8	3	\$77,373	7	9	4	8	8	7	\$77,373	<b>0</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	85	97	109	109	157	97	97	109	109	121	121	194		
<b>Product</b>	<b>precio unitario</b>	\$316	\$316	\$316	\$316	\$316	\$316	\$316	\$316	\$316	\$316	\$316		
<b>o 10</b>														

	\$26,80	\$30,62	\$34,45	\$34,45		\$30,62	\$30,62	\$34,45	\$34,45	\$38,28	\$38,28		<b>\$444,12</b>
<b>Importe</b>	1	9	8	8	\$49,772	9	9	8	8	7	7	\$61,258	<b>4</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	169	182	157	157	242	145	97	97	109	121	133	218	
<b>precio unitario</b>	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	\$184	
<b>Product o 11</b>	\$31,19	\$33,41	\$28,96	\$28,96		\$26,73	\$17,82	\$17,82	\$20,05	\$22,27	\$24,50		<b>\$336,40</b>
<b>Importe</b>	0	7	2	2	\$44,556	4	3	3	0	8	6	\$40,101	<b>1</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	157	182	157	157	303	157	157	145	121	121	121	230	
<b>precio unitario</b>	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	\$208	
<b>Product o 12</b>	\$32,77	\$37,82	\$32,77	\$32,77		\$32,77	\$32,77	\$30,25	\$25,21	\$25,21	\$25,21		<b>\$418,53</b>
<b>Importe</b>	7	0	7	7	\$63,033	7	7	6	3	3	3	\$47,905	<b>7</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	194	218	182	157	303	242	242	242	254	254	315	363	
<b>precio unitario</b>	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	\$342	
<b>Product o 13</b>	\$66,16	\$74,43	\$62,03	\$53,76	\$103,38	\$82,71	\$82,71	\$82,71	\$86,84	\$86,84	\$107,5	\$124,06	<b>\$1,013,1</b>
<b>Importe</b>	8	9	2	1	7	0	0	0	5	5	22	4	<b>92</b>
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	218	242	218	182	363	230	242	242	242	242	266	303	
<b>precio unitario</b>	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396	
<b>Product o 14</b>	\$86,20	\$95,78	\$86,20	\$71,83	\$143,67	\$90,99	\$95,78	\$95,78	\$95,78	\$95,78	\$105,3	\$119,72	<b>\$1,182,9</b>
<b>Importe</b>	5	3	5	7	4	4	3	3	3	3	61	9	<b>20</b>
<b>TOTAL DE VENTA S</b>	\$491,6 28	\$638,2 11	\$492,0 95	\$478,4 61	\$889,68 8	\$642,0 26	\$541,3 47	\$569,9 09	\$513,4 26	\$524,4 59	\$576,1 65	\$814,54 2	\$7,171,9 59

#### AÑO 4

	Mes	Mes	Mes	Mes		Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes		
<b>AÑO 4</b>	37	38	39	40	Mes 41	42	43	44	45	46	47	Mes 48	<b>TOTAL</b>
<b>Product o 1</b>	133	186	120	133	240	213	133	133	120	133	146	213	
<b>Cantida d de piezas vendida s</b>	133	186	120	133	240	213	133	133	120	133	146	213	

	precio													
	unitario	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	\$309	
		\$41,13	\$57,59	\$37,02	\$41,13		\$65,82	\$41,13	\$41,13	\$37,02	\$41,13	\$45,25	\$588,29	
	Importe	9	5	5	9	\$74,051	3	9	9	5	9	3	\$65,823	2
	Cantida d de piezas vendida s	133	200	133	133	253	253	133	133	133	133	146	213	
	precio													
	unitario	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	\$232	
Product		\$30,81	\$46,22	\$30,81	\$30,81		\$58,55	\$30,81	\$30,81	\$30,81	\$30,81	\$33,89	\$462,24	
o 2	Importe	6	4	6	6	\$58,550	0	6	6	6	6	8	\$49,306	0
	Cantida d de piezas vendida s	80	186	106	133	253	253	160	173	120	133	146	120	
	precio													
	unitario	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	\$296	
Product		\$23,66	\$55,22	\$31,55	\$39,44		\$74,94	\$47,33	\$51,27	\$35,50	\$39,44	\$43,38	\$552,22	
o 3	Importe	7	2	6	4	\$74,944	4	3	8	0	4	9	\$35,500	2
	Cantida d de piezas vendida s	146	160	120	133	253	226	186	186	120	120	120	200	
	precio													
	unitario	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	\$323	
Product		\$47,28	\$51,58	\$38,68	\$42,98		\$73,08	\$60,18	\$60,18	\$38,68	\$38,68	\$38,68	\$636,22	
o 4	Importe	7	6	9	8	\$81,678	0	4	4	9	9	9	\$64,482	7
	Cantida d de piezas vendida s	67	133	120	133	213	133	133	133	120	106	106	173	
	precio													
	unitario	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	\$174	
Product		\$11,55	\$23,11	\$20,80	\$23,11		\$23,11	\$23,11	\$23,11	\$20,80	\$18,49	\$18,49	\$272,72	
o 5	Importe	6	2	1	2	\$36,979	2	2	2	1	0	0	\$30,046	1
	Cantida d de piezas vendida s	93	213	120	133	200	133	120	133	120	120	120	200	
	precio													
	unitario	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	
Product		\$21,46	\$49,05	\$27,59	\$30,66		\$30,66	\$27,59	\$30,66	\$27,59	\$27,59	\$27,59	\$392,47	
o 6	Importe	3	9	6	2	\$45,993	2	6	2	6	6	6	\$45,993	2
	Cantida d de piezas vendida s	80	93	120	133	200	133	120	133	120	120	133	133	
Product														
o 7														

	precio													
	unitario	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	\$159	
		\$12,66	\$14,77	\$18,99	\$21,10		\$21,10	\$18,99	\$21,10	\$18,99	\$18,99	\$21,10	\$240,64	
	Importe	5	6	8	9	\$31,663	9	8	9	8	8	9	\$21,109	2
	Cantida d de piezas vendida s	93	160	120	133	200	133	120	133	120	120	133	253	
	precio													
	unitario	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	\$337	
Product		\$31,38	\$53,80	\$40,35	\$44,83		\$44,83	\$40,35	\$44,83	\$40,35	\$40,35	\$44,83	\$578,40	
o 8	Importe	6	5	4	7	\$67,256	7	4	7	4	4	7	\$85,191	0
	Cantida d de piezas vendida s	200	213	120	67	266	133	106	160	120	120	133	266	
	precio													
	unitario	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	\$336	
Product		\$67,02	\$71,49	\$40,21	\$22,34		\$44,68	\$35,74	\$53,62	\$40,21	\$40,21	\$44,68	\$638,96	
o 9	Importe	5	3	5	2	\$89,366	3	7	0	5	5	3	\$89,366	9
	Cantida d de piezas vendida s	93	106	120	120	173	106	106	120	120	133	133	213	
	precio													
	unitario	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	\$332	
Product		\$30,95	\$35,37	\$39,79	\$39,79		\$35,37	\$35,37	\$39,79	\$39,79	\$44,22	\$44,22	\$512,96	
o 10	Importe	5	7	9	9	\$57,487	7	7	9	9	1	1	\$70,753	3
	Cantida d de piezas vendida s	186	200	173	173	266	160	106	106	120	133	146	240	
	precio													
	unitario	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	\$193	
Product		\$36,02	\$38,59	\$33,45	\$33,45		\$30,87	\$20,58	\$20,58	\$23,15	\$25,73	\$28,30	\$388,54	
o 11	Importe	4	7	1	1	\$51,463	8	5	5	8	1	4	\$46,316	3
	Cantida d de piezas vendida s	173	200	173	173	333	173	173	160	133	133	133	253	
	precio													
	unitario	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	\$219	
Product		\$37,85	\$43,68	\$37,85	\$37,85		\$37,85	\$37,85	\$34,94	\$29,12	\$29,12	\$29,12	\$483,41	
o 12	Importe	7	2	7	7	\$72,803	7	7	5	1	1	1	\$55,330	0
	Cantida d de piezas vendida s	213	240	200	173	333	266	266	266	280	280	346	399	
Product														
o 13														

		precio unitario	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	\$359	
	Importe	\$76,42	\$85,97	\$71,64	\$62,09	\$119,41	\$95,53	\$95,53	\$95,53	\$100,3	\$100,3	\$124,1	\$143,29	<b>\$1,170,2</b>
	Importe	4	7	7	4	2	0	0	0	06	06	88	4	<b>37</b>
	<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	240	266	240	200	399	253	266	266	266	266	293	333	
	precio unitario	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	\$416	
Producto 14	Importe	\$99,56	\$110,6	\$99,56	\$82,97	\$165,94	\$105,0	\$110,6	\$110,6	\$110,6	\$110,6	\$121,6	\$138,28	<b>\$1,366,2</b>
	Importe	6	29	6	2	4	98	29	29	29	29	92	7	<b>73</b>
<b>TOTAL DE VENTAS</b>														
	Importe	\$567,8	\$737,1	\$568,3	\$552,6	\$1,027,5	\$741,5	\$625,2	\$658,2	\$593,0	\$605,7	\$665,4	\$940,79	<b>\$8,283,6</b>
	Importe	31	34	70	23	90	40	56	45	07	50	71	6	<b>12</b>

## AÑO 5

		Mes 49	Mes 50	Mes 51	Mes 52	Mes 53	Mes 54	Mes 55	Mes 56	Mes 57	Mes 58	Mes 59	Mes 60	TOTAL
	<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	146	205	132	146	264	234	146	146	132	146	161	234	
	precio unitario	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	\$325	
Producto 1	Importe	\$47,51	\$66,52	\$42,76	\$47,51		\$76,02	\$47,51	\$47,51	\$42,76	\$47,51	\$52,26		<b>\$679,47</b>
	Importe	6	2	4	6	\$85,529	5	6	6	4	6	8	\$76,025	<b>8</b>
	<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	146	220	146	146	278	278	146	146	146	146	161	234	
	precio unitario	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	\$243	
Producto 2	Importe	\$35,59	\$53,38	\$35,59	\$35,59		\$67,62	\$35,59	\$35,59	\$35,59	\$35,59	\$39,15		<b>\$533,88</b>
	Importe	2	9	2	2	\$67,626	6	2	2	2	2	2	\$56,948	<b>7</b>
	<b>Cantidad de piezas vendidas</b>	88	205	117	146	278	278	176	190	132	146	161	132	
	precio unitario	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	\$311	
Producto 3	Importe	\$27,33	\$63,78	\$36,44	\$45,55		\$86,56	\$54,67	\$59,22	\$41,00	\$45,55	\$50,11		<b>\$637,81</b>
	Importe	5	2	7	8	\$86,561	1	0	6	3	8	4	\$41,003	<b>7</b>

Product o 4	Cantida d de piezas vendida s	161	176	132	146	278	249	205	205	132	132	132	220	
	precio unitario	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	\$339	
	Importe	\$54,617	\$59,582	\$44,686	\$49,651	\$94,338	\$84,408	\$69,512	\$69,512	\$44,686	\$44,686	\$44,686	\$74,477	<b>\$734,84</b> 2

Product o 5	Cantida d de piezas vendida s	73	146	132	146	234	146	146	146	132	117	117	190	
	precio unitario	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	\$182	
	Importe	\$13,347	\$26,694	\$24,025	\$26,694	\$42,711	\$26,694	\$26,694	\$26,694	\$24,025	\$21,355	\$21,355	\$34,703	<b>\$314,99</b> 3

Product o 6	Cantida d de piezas vendida s	102	234	132	146	220	146	132	146	132	132	132	220	
	precio unitario	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	\$242	
	Importe	\$24,790	\$56,663	\$31,873	\$35,414	\$53,122	\$35,414	\$31,873	\$35,414	\$31,873	\$31,873	\$31,873	\$53,122	<b>\$453,30</b> 5

Product o 7	Cantida d de piezas vendida s	88	102	132	146	220	146	132	146	132	132	146	146	
	precio unitario	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	\$167	
	Importe	\$14,628	\$17,067	\$21,943	\$24,381	\$36,571	\$24,381	\$21,943	\$24,381	\$21,943	\$21,943	\$24,381	\$24,381	<b>\$277,94</b> 1

Product o 8	Cantida d de piezas vendida s	102	176	132	146	220	146	132	146	132	132	146	278	
	precio unitario	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	\$354	
	Importe	\$36,251	\$62,144	\$46,608	\$51,787	\$77,681	\$51,787	\$46,608	\$51,787	\$46,608	\$46,608	\$51,787	\$98,395	<b>\$668,05</b> 3

Product o 9	Cantida d de piezas vendida s	220	234	132	73	293	146	117	176	132	132	146	293	
	precio unitario	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	\$352	
	Importe	\$77,414	\$82,574	\$46,448	\$25,805	\$103,218	\$51,609	\$41,287	\$61,931	\$46,448	\$46,448	\$51,609	\$103,218	<b>\$738,01</b> 0

Product o 10	Cantida d de piezas vendida s	102	117	132	132	190	117	117	132	132	146	146	234	
	precio unitario	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	\$349	
	Importe	\$35,75	\$40,86	\$45,96	\$45,96	\$66,398	\$40,86	\$40,86	\$45,96	\$45,96	\$51,07	\$51,07	\$81,720	<b>\$592,47</b> 2
Product o 11	Cantida d de piezas vendida s	205	220	190	190	293	176	117	117	132	146	161	264	
	precio unitario	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	
	Importe	\$41,60	\$44,58	\$38,63	\$38,63	\$59,439	\$35,66	\$23,77	\$23,77	\$26,74	\$29,72	\$32,69	\$53,495	<b>\$448,76</b> 7
Product o 12	Cantida d de piezas vendida s	190	220	190	190	366	190	190	176	146	146	146	278	
	precio unitario	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	\$230	
	Importe	\$43,72	\$50,45	\$43,72	\$43,72	\$84,087	\$43,72	\$43,72	\$40,36	\$33,63	\$33,63	\$33,63	\$63,906	<b>\$558,33</b> 9
Product o 13	Cantida d de piezas vendida s	234	264	220	190	366	293	293	293	307	307	381	439	
	precio unitario	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	\$377	
	Importe	\$88,26	\$99,30	\$82,75	\$71,71	\$137,92	\$110,3	\$110,3	\$110,3	\$115,8	\$115,8	\$143,4	\$165,50	<b>\$1,351,6</b> 23
Product o 14	Cantida d de piezas vendida s	264	293	264	220	439	278	293	293	293	293	322	366	
	precio unitario	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	\$436	
	Importe	\$114,9	\$127,7	\$114,9	\$95,83	\$191,66	\$121,3	\$127,7	\$127,7	\$127,7	\$127,7	\$140,5	\$159,72	<b>\$1,578,0</b> 45
<b>VENTA</b>														
TOTAL		<b>\$655,8</b>	<b>\$851,3</b>	<b>\$656,4</b>	<b>\$638,2</b>	<b>\$1,186,8</b>	<b>\$856,4</b>	<b>\$722,1</b>	<b>\$760,2</b>	<b>\$684,9</b>	<b>\$699,6</b>	<b>\$768,6</b>	<b>\$1,086,6</b>	<b>\$9,567,5</b>
ES		<b>44</b>	<b>89</b>	<b>67</b>	<b>79</b>	<b>66</b>	<b>79</b>	<b>71</b>	<b>73</b>	<b>23</b>	<b>41</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>72</b>

## FUENTES CONSULTADAS

Bancomext. (8 de marzo de 2006). Exportaciones de Taxco. Mexico. "<https://www.bancomext.com/notas-de-interes/11430>"

Echeverri, I. C. (3 de marzo de 2010). *PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA* . Recuperado el 25 de Octubre de 2012, de PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y : "<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis162.pdf>"

Guerrero, P. o. (2011-2015). *Estado de Guerrero*. Recuperado el 1 de marzo de 2012, de "[www.plateriadetaxco.com](http://www.plateriadetaxco.com)"

Secretaria de Economía; reporte de coyuntura de la minería nacional 2018 "[www.secretariadeeconomia2018/hgf](http://www.secretariadeeconomia2018/hgf)"

INEGI2010MineriaMexico <http://www.inegi.org.mx/>

L, R. L. (2017). REVISTA LETRAS L. *REVISTA LETRAS L* . "<https://www.letraslibres.com/revista-actual>"

plan de exportacion de empresa

nubia2002mexico"<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/PlanNegociosVersion3-2-ProMexico.pdf>"

PROEXPORT2002EEUU Plan estrategicoBogota colombia <http://www.procolombia.co/>

Promexico. (10 de febrero de 2012). *Promexico*. Recuperado el 3 de marzo de 2012, de "[http://www.promexico.gob.mx/es\\_mx/promexico/Mineria\\_EM](http://www.promexico.gob.mx/es_mx/promexico/Mineria_EM) y <https://www.gob.mx/promexico>"

SAMPIERI. (1991). *Metodologia de la Investigacion*. McGRAW - HILL.

Statista. (2018). "<https://es.statista.com/>"

Unidos, P. d. (2006). Perfil de Mercados Exportacion de Joyas a Estados Unidos. peru.

"<https://es.scribd.com/doc/36099123/Perfil-de-Mercados-Exportacion-de-Joyas-a-Estados-Unidos>"

El economista 2018"<https://www.eleconomista.com.mx/>"

Informe especializado joyeria de plata de EU

"<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/129975608rad79ECA.pdf>"

Portal Taxco Guerrero "<https://www.visitmexico.com/es/destinos-principales/guerrero/taxco>"

Exportaciones de Taxco "<https://www.visittaxco.travel/directorios/lugares/joyeria-y-plateria/aandj-exportaciones-sa-de-cv>"

Mercado de san diego "<https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/usa/>"

ExportaPYMES "[http://www.exportapymes.com/documentos/productos/le2186\\_mexico\\_joyeria.pdf](http://www.exportapymes.com/documentos/productos/le2186_mexico_joyeria.pdf)"

EL ECONOMISTA "<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Mexico-alarga-deficit-comercial-en-joyeria-20161102-0255.html>"

PROMEXICO "<http://www.promexico.mx/exportacion>"

Sistema de Información Empresarial Mexicano "<http://www.siem.gob.mx>"

Internacionalización PROMEXICO "<http://www.promexico.mx/es/mx/apoyos-internacionalizacion>"

Tesis estudio de mercado de joyería "[https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files\\_mf/documento\\_07\\_04\\_11185817.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_07_04_11185817.pdf)"

ICEX "<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2015557332.html>

"<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2015557332.html?idPais=US>"

LEGISCOMEX "<https://www.legiscomex.com/Documentos/mexico-lider-mundial-joyeria-virginia-perez-actualizacion>"

MERCADO INTERNACIONAL DE JOYERIA

"[https://www.google.com.mx/search?lei=ieaZW4WtH8SMjwTh\\_76QBA&q=consumo%20de%20joyeria%20en%20estados%20unidos&ved=0ahUKEwi7i6SwkbfAhVPS60KHYX-CR0QsKwBCAloAA&biw=1152&bih=635](https://www.google.com.mx/search?lei=ieaZW4WtH8SMjwTh_76QBA&q=consumo%20de%20joyeria%20en%20estados%20unidos&ved=0ahUKEwi7i6SwkbfAhVPS60KHYX-CR0QsKwBCAloAA&biw=1152&bih=635)"

EXPORTACIONES DE JOYERIA A EEUU GESTION "<https://gestion.pe/economia/exportadores-joyeria-ee-uu-deben-anticipar-capitalizar-tendencias-cambiantes-222340>"

DEUTCHE WELLE "<https://www.dw.com/es/actualidad/s-30684>"

ALICIA PLATA

"[https://www.google.com.mx/search?q=PLATERIA%20EN%20TAXCO&oq=PLATERIA+EN+TAXCO+&aqs=chrome..69i57j0l5.7692j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rllag=18556435,-99603663,210&tbm=icl&rdimm=2834516364815410899&ved=2ahUKEwjL9a\\_NkrfdAhUo7YMKHaSxCBkQvS4wAHoECAUQIg&rdoc=1&tbs=lr:!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf\\_ui:10#rifi=hd::si:2834516364815410899;mv:!3m12!1m3!1d7801.168272858275!2d-99.60386215](https://www.google.com.mx/search?q=PLATERIA%20EN%20TAXCO&oq=PLATERIA+EN+TAXCO+&aqs=chrome..69i57j0l5.7692j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rllag=18556435,-99603663,210&tbm=icl&rdimm=2834516364815410899&ved=2ahUKEwjL9a_NkrfdAhUo7YMKHaSxCBkQvS4wAHoECAUQIg&rdoc=1&tbs=lr:!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:10#rifi=hd::si:2834516364815410899;mv:!3m12!1m3!1d7801.168272858275!2d-99.60386215)"

Platería de Taxco 2016 "<http://bazar-artesanal.com/historia-de-la-plateria-de-taxco/>"

*“El verdadero color de la plata es blanco,  
como el del máximo calor y el máximo frío.  
Es también del mismo color que  
el primer alimento que recibe el hombre  
El mismo color que tiene la luz.  
Su maleabilidad es una invitación para trabajarla.  
Y yo agregaría que ni duda cabe, porque...  
¡Los Plateros de Taxco la trabajan maravillosamente!”*

*William Spratling*