



**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL
ESTADO DE MEXICO**



FACULTAD DE ECONOMIA.

**“ANTEPROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TABIQUE ROJO DE
METEPEC, ESTADO DE MÉXICO A MEDELLÍN COLOMBIA 2021”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN RELACIONES
ECONOMICAS INTERNACIONALES**

PRESENTA:

ALEJANDRO ROMERO CAMPOS

ASESOR:

Dra. en C.E. MARIA DEL CARMEN GÓMEZ CHAGOYA

REVISORES:

**Dr. en C.S. RAFAEL JUÁREZ TOLEDO
M. EN E. MARÍA LUISA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ**

Toluca, Estado de México

Marzo 2022

Índice

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1: MARCO DE REFERENCIA	10
1.1 ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DEL COMERCIO.....	10
1.1.2 MERCANTILISMO.....	13
1.1.3 CAPITALISMO.....	15
1.1.4 REVOLUCIÓN INDUSTRIAL.....	17
1.1.5 NEOLIBERALISMO	19
1.1. 6 GLOBALIZACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL.....	21
1.2 ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO (GATT).....	22
1.2.1 MÉXICO INGRESA AL GATT.....	25
1.2.3 DEL GATT A LA OMC	28
1.3 PRINCIPALES TRATADOS DE LIBRE COMERCIO DE MÉXICO CON EL MUNDO	31

1.3.1 TRATADO DE LIBRE COMERCIO MÉXICO, COLOMBIA Y VENEZUELA (G•3)	34
1.4 TEORÍA DEL COMERCIO QUE SUSTENTA EL PROYECTO.....	36
CAPÍTULO 2 EMPRESA Y PRODUCTO	39
2.1 LA EMPRESA.....	39
2.1.1 LOGO	40
2.1.2 CLASIFICACIÓN	40
2.1.3 VISIÓN.....	42
2.1.4 MISIÓN	42
2.1.5 VALORES.....	42
2.1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	43
2.1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.....	43
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	45
2.2.1 ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DEL TABIQUE.....	47
2.2.3 MATERIALES Y PROCESO DE ELABORACIÓN	48
2.3 MACROLOCALIZACIÓN Y MICROLOCALIZACIÓN.....	50
2.4 DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO.....	52

2.5 MERCADO META	53
2.6 REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR DE MÉXICO A COLOMBIA.	54
CAPÍTULO 3 ANALISIS DE MERCADO META MEDELLIN COLOMBIA.	56
3.1 GENERALIDADES DE COLOMBIA.....	56
3.2 ASPECTOS POLITICOS ENFOCADOS AL COMERCIO.....	57
3.3 ECONOMÍA COLOMBIANA	59
3.3.1 RELACIONES COMERCIALES MÉXICO COLOMBIA.....	61
3.3.2 ASPECTOS MACROECONOMICOS	62
3.4 ENTORNO DE NEGOCIOS FAVORABLE EN COLOMBIA PARA LA INDUSTRIA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN.....	65
3.5 MERCADO DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA Y ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO	67
3.5.1 SITUACIÓN ECONOMICA DE LA INDUSTRIA LADRILLERA EN COLOMBIA.....	68
3.6 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	70
3.7 PUNTO DE EMBARQUE Y DESEMBARQUE.....	70
3.8 ICOTERM	72

3.9 EMPAQUE Y EMBALAJE DE LA MERCANCÍA	73
CAPITULO 4 ANALISIS FINANCIERO	74
4.1 ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL.....	74
4.3 PRECIO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO DE DESTINO	77
4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	80
4.6 VALOR PRESENTE NETO (VPN).....	85
CONCLUSIÓN	87
BLIBLIOGRAFIA	89
ANEXOS	92

INTRODUCCIÓN

La globalización juega un papel importante para las empresas, ya que a lo largo de los años les ha permitido comercializar productos y servicios en un mercado global, a través de instrumentos como lo son: tratados comerciales, políticas de comercio, tanto a la importación como a la exportación.

México es el país con el mayor número de empresas exportadoras en América Latina, con 33 mil 638 en 2019, de acuerdo con el documento “El desempeño de empresas exportadoras según su tamaño”, de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Es un hecho que para cualquier empresa resulta favorable poder exportar sus productos y servicios a distintos países, ya que le genera mayor rentabilidad y mayor posicionamiento en el mercado.

El presente trabajo es un anteproyecto de exportación de tabique rojo de Metepec México a Medellín Colombia, en el cual se pretende demostrar la capacidad económica y financiera, que tiene una empresa mexicana de venta y distribución de tabique rojo, para incursionar en el mercado internacional.

De acuerdo con el Censo Económico 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), y la Red de Información de Productores de Ladrillos (Red

Ladrilleras), se estima que en México existen 16 mil 953 unidades de producción, lo que indica que el sector de la construcción específicamente el ladrillero, es un área con un gran impacto económico y el cual brinda sustento a un gran número de familias mexicanas, sin embargo, la mayoría de esas unidades producción operan de manera informal.

RCA Construcciones es una empresa ladrillera ubicada en San Bartolomé Tlaltelulco, Metepec, Estado de México, que lleva más de 10 años dedicándose a la producción y venta de tabique rojo en zonas como Toluca, Metepec, Tenango, Tenancingo, Villa Guerrero, Atlacomulco, Ciudad de México, y Puebla. Actualmente la empresa busca posicionamiento en el mercado internacional, principalmente en países latinoamericanos, que son quienes tienen una infraestructura similar a la mexicana y con los que no se han aprovechado del todo los tratados internacionales.

Colombia resulta ser uno de los países con mayor oportunidad de posicionamiento, debido a su crecimiento en los últimos años, que según (Statista, 2020), lo posiciona como el país número 4 latinoamericano para invertir., Además de tener la infraestructura más similar a México como se puede ver en el anexo 1 “Arquitectura de Medellín Colombia”, y con rutas comerciales que resultan estratégicas.

El objetivo principal de este “Anteproyecto de Exportación” es Identificar las oportunidades y la viabilidad que México tiene para exportar tabique rojo a la

ciudad de Medellín, Colombia, a través de 4 capítulos como se detallan a continuación:

Capítulo 1 llamado “Marco de Referencia” en donde se habla de la teoría que sustenta el proyecto, las generalidades más importantes como lo son: antecedentes, etapas y formas de realizar comercio.

El segundo Capítulo, llamado “Empresa y Producto” se abordan las características de la empresa y el producto, así como aspectos importantes de la base constitutiva, como lo es: misión, visión, localización, valores, y los objetivos que tiene,

El tercer capítulo que tiene por nombre “Análisis de mercado” aborda la investigación del mercado al que se pretende exportar, identificando los principales factores territoriales que determinan si es factible o no.

Por último, se tiene el Capítulo 4” Análisis Financiero”, en donde se da a conocer el estudio económico y financiero que la empresa tiene. En este capítulo se pueden identificar los factores económicos que están a favor o en contra y se da a conocer la rentabilidad.

Es importante mencionar que la Hipótesis objetivo de probar o rechazar es la siguiente:

(Ho) hipótesis nula: El anteproyecto de exportación de tabique rojo mexicano a Medellín, Colombia, es viable, factible y rentable ya que Medellín es un mercado potencial para el uso de productos de construcción.

CAPÍTULO 1: MARCO DE REFERENCIA

En el presente capítulo se abordarán las generalidades sobre el proyecto de exportación, haciendo un recorrido por los principales antecedentes y orígenes que permitieron llegar a lo que hoy se conoce como comercio, así como los principales conceptos y el análisis de la apertura comercial que tiene México con el mundo, para conocer el contexto en el que se trabajara el proyecto y las oportunidades que se tienen.

1.1 ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DEL COMERCIO

En acuerdo con (Vela, 2018) se denomina comercio al negocio que hace al vender, comprar o intercambiar géneros o productos para obtener beneficios, otros autores como (Arias, 2015) lo definen como intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de un valor económico (Dinero).

El comercio ha modificado sus prácticas a lo largo del tiempo según (Hernandez,A. 2011) desde sus orígenes en la prehistoria, (7000 años A.C.), y cuando se manifiesta la agricultura, era una práctica de sustento, sin embargo, existían artículos que excedían el consumo de la sociedad, es decir se producía más, por lo cual nace la necesidad de comenzar a especializarse en otro tipo de productos, estos solían ser herramientas de casa, algunos utensilios e incluso recipientes para su almacenaje. De esta manera las comunidades intercambiaban sus cosechas por otros productos que necesitaran, sin importar el valor de los mismo, a esto se le conoce como comercio primitivo o trueque, el problema con

este tipo de comercio fue que los productos no tenían el mismo valor que otros, esto se podía medir en ese momento con el costo de producción, lo que con el paso del tiempo ocasiono controversias y optaron por designarle un valor dependiendo a la necesidad que tenía cada persona, es decir tenían que hacer un intercambio de mercancía que les fuera indispensable en la misma magnitud a ambas personas, se podría decir que se consideró como el primer sistema de regulación en intercambio de mercancías.

Uno de los avances más importantes en la economía fue el uso de la moneda a partir del año 1100 A.C, durante la edad antigua, el dinero que se utilizaba en ese momento fueron productos que para las personas eran de valor como el cacao, conchas de mar, dientes de ballena, y oro, sin embargo las mercancías como medio de pago no resultaban ser prácticas, ya que la mayoría de ellas eran perecederas y no muy sencillo de acumular, por lo que con el paso del tiempo se fueron sustituyendo por objetos y metales preciosos, que iban tomando formas variadas dependiendo del lugar (ladrillos, arcos, placas, navajas etc.) esto facilito la compra y venta de mercancías y creo un comercio más justo. Durante este mismo periodo, pero para el año 600 A.C. aparecen las primeras monedas, estas grabadas con un carácter representativo oficial normalmente de metal en forma de disco.

En esta misma edad media surgen las primeras e importantes rutas comerciales transcontinentales que intentan cumplir con las altas demandas de bienes y mercancías que generaba Europa. Se crean rutas de importación muy

frecuentadas las cuales servían para reactivar la economía de numerosas regiones.

Las rutas comerciales durante el siglo XIV cada vez tomaron mayor fuerza e importancia para el comercio, se fueron creando puertos marítimos que servían para el desembarque de la mercancía, para ello se comenzaron a cobrar cuotas a los comerciantes, lo que ocasionó que se buscaran nuevas rutas, un suceso muy importante entre esta búsqueda fue el descubrimiento de América, de manera accidentada en el siglo XV D.C, en un intento de querer llegar a la india por un nuevo camino favoreciendo el crecimiento de la banca, las redes comerciales y de capital europeas se consolidaron con el nuevo flujo de oro, proveniente de América del sur, favoreciendo el crecimiento de la banca europea y el surgimiento de grandes bancos europeos (Como el banco de Ámsterdam, Suecia, Inglaterra etc.)

Las travesías transatlánticas entre Europa y América cobran un papel fundamental en esta época, no solo por el transporte de mercancías, sino también por el tráfico de pasajeros en New York. Se convierten en la capital comercial de Estados Unidos y en una de las principales ciudades del mundo, poco después el medio de transporte evoluciona asombrosamente con la llegada del barco de vela al barco de vapor que hacía que todo fuera más rápido, seguro y ya podían ser mejor manufacturadas en cualquier lugar, además de ya ser transportadas de forma barata a todos los puntos del consumo” (Vela, 2018)

1.1.2 MERCANTILISMO

“El mercantilismo es un sistema político y económico basado en la idea de que los países son más ricos y prósperos, mientras más metales preciosos puedan acumular, se caracteriza por una fuerte intervención del estado en el comercio, sin embargo, nunca se desarrolló una teoría económica como tal del mercantilismo, además de que sus ideas sufrieron muchos cambios desde su creación y tuvo pocos exponentes, por lo que se consideró una doctrina. Sus ideas se desarrollaron en Europa entre los siglos XVI y XVII y la primera mitad del siglo XVIII, fue el sistema económico que introdujo las monarquías absolutistas en el capitalismo y fue aplicado en toda la edad moderna, lo que significó aparición de los estados nación y creó conflictos entre el estado y la iglesia católica por el control de la economía, ya que eliminó el poder de los monarcas sobre los gobiernos.” (Roldán, 2018)

Algunas características del mercantilismo son:

“1.-La acumulación de riqueza (principalmente metales preciosos) es esencial para el desarrollo económico de un país. A mayor acumulación de riqueza, mayor prosperidad y poder político.

2.-El comercio a nivel global es inalterable. Para que el comercio ayude a la acumulación de riqueza se deben controlar los flujos de entrada y salida de modo de mantener una balanza de pagos positiva (exportaciones superan a las importaciones)

3.- El Estado tiene el rol de utilizar e imponer todos los mecanismos que sean necesarios para lograr el objetivo de acumulación de riqueza (controles, restricciones, subsidios, etc.) Su intervención tendrá un carácter proteccionista, incentivando la producción local al mismo tiempo que la protege de la competencia de productores extranjeros por lo que se adoptaron medias como:

- Prohibición a la exportación de metales preciosos.
- Control de la moneda local.
- Impuestos y restricciones a las importaciones.
- Control de los recursos naturales.
- Subsidios, beneficios y facilidades a los productores locales (principalmente del sector agrario e industrial).
- Fomentar el crecimiento de la población trabajadora.” (Roldán, 2018)

A pesar de su gran impacto el mercantilismo comienza a desaparecer a fines del siglo XVIII con el surgimiento de nuevas teorías económicas que tenían un carácter más liberal y se enfocaban en aprovechar las ventajas del comercio, los críticos argumentaban que el sistema no comprendía la ventaja del comercio, es decir que al ser un estado proteccionista y no permitir la entrada de muchos productos a territorio nacional, no se incentiva la competitividad lo que podría generar para el país condiciones de riqueza ficticia y la dependencia del estado solo con los productores.

1.1.3 CAPITALISMO

El capitalismo es un sistema económico, basado en la propiedad privada de los medios de producción y en la libertad de mercado, es decir la importancia del capital como generador de riqueza en la asignación de los recursos que nace a finales del siglo XV, aunque no alcanzo su madurez hasta el siglo XIX, cuyos principales representantes fueron Adam Smith, David Ricardo y Thomas Maltus. (Chochi, 2019)

Un sistema económico lo entendemos como la estructura bajo la cual interactúan y se organizan la actividad económica de una sociedad, la producción de bienes y servicios, así como su distribución y consumo. En el sistema económico capitalista lo medios de producción como puede ser fábricas, talleres, maquinarias, materias primas, entre otros son privados, lo que implica que pertenecen a individuos y no al estado como pasaba en el mercantilismo, estos individuos u empresas pertenecientes a los mismo son los que se encargan de la producción de los bienes y servicios necesarios y requeridos por la sociedad para su subsistencia y avance que son producidos a través de la combinación de los factores de producción la tierra, el capital y el trabajo.

La tierra se refiere al recurso natural como la tierra cultivable, el agua, los recursos minerales e incluso el clima, el capital lo componen elementos como equipos industriales, maquinaria, herramientas, etc. y por último el trabajo que incluye las capacidades intelectuales y físicas de las personas que participan en la producción bajo un salario el cual están dispuestos a aceptar o no con su

respectiva remuneración. El resultado de la producción tiene la función de cubrir las necesidades de la población de la sociedad, la cual accederá a ellos a través del mercado, el funcionamiento del mismo y las interacciones entre la oferta y la demanda promueven la competencia entre diferentes empresas en materia de precios, cantidad y calidad de sus productos. La actividad económica capitalista también tiene el objetivo de generar ganancia o beneficio económico a las empresas lo que luego se traduce en un aumento del capital, dado que la ganancia económica permite la generación de inversión para mejorar y aumentar las capacidades de producción entre otras cosas (Chochi, 2019)

Entonces en el sistema capitalista el rol del estado funciona de la siguiente forma: dado que la mayoría de los países predomina una economía mixta, ósea un sistema económico en el que parte de las decisiones se atiende a objetivos y límites impuestos por la autoridad central, que es el gobierno, adaptándose los restantes según los mecanismos del mercado, mezclan elementos como propiedad privada y mercado con objetivos así como consideraciones de índoles social, con el objetivo de lograr una sociedad equilibrada, por lo tanto el estado tiene como funciones establecer un marco jurídico para el correcto funcionamiento de mercado y mejorar la distribución de ingreso con el objetivo de evitar desigualdades y garantiza a los habitantes una vida digna.

El comercio en esta época comenzó con una etapa de liberalismo, en donde ya no existían barreras tan estrictas para la importación de productos extranjeros, por lo que el crecimiento de las empresas y el volumen de producción fueron

incrementando de manera significativa, por lo que comienza el interés por parte de las empresas por mejorar sus productos y ser competitivos con el mercado internacional, es por eso que un mundo capitalista los empresarios toman un papel importante en el crecimiento económico de un país, ya que de ellos depende cuantas divisas se generan gracias a su inversión.

1.1.4 REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

Dado que el capitalismo aumento el nivel de ventas y por lo tanto de producción, la empresa comienza a buscar nuevas tecnologías que les permitan agilizar y mejorar sus productos por lo que nace la primera revolución industrial la cual se estima que nació en el siglo XX en Inglaterra gracias a la invención de la máquina de vapor y el telar mecanizado. Gracias a la creación de nuevos inventos comenzó una transformación de las sociedades agrícolas del campo a nuevas sociedades urbanas e industriales dedicadas a la producción y explotación de recursos minerales, se construyeron primeras líneas de ferrocarril, caminos y grandes fábricas.

La Revolución Industrial marca un punto de inflexión en la historia, modificando e influenciando todos los aspectos de la vida cotidiana de una u otra manera. La producción tanto agrícola como de la naciente industria se multiplicó a la vez que disminuía el tiempo de producción. A partir de 1800 la riqueza y la renta per cápita se multiplicó como no lo había hecho nunca en la historia, pues hasta entonces el

PIB per cápita se había mantenido prácticamente estancado durante siglos. A partir de este momento, se inició una transición que acabaría con siglos de una mano de obra basada en el trabajo manual y el uso de la tracción animal, siendo estos sustituidos por maquinaria para la fabricación industrial y para el transporte de mercancías y pasajeros. Esta transición se inició hacia finales del siglo XVIII en la industria textil, así como en lo relacionado con la extracción y utilización de carbón. La expansión del comercio fue posible gracias al desarrollo de las comunicaciones, con la construcción de vías férreas, canales, y carreteras. El paso de una economía fundamentalmente agrícola a una economía industrial influyó sobremanera en la población, que experimentó un rápido crecimiento sobre todo en el ámbito urbano. La introducción de la máquina de vapor de James Watt (patentada en 1769) en las distintas industrias, fue el paso definitivo en el éxito de esta revolución, pues su uso significó un aumento espectacular de la capacidad de producción. Más tarde, el desarrollo de los barcos y de los ferrocarriles a vapor, así como el desarrollo en la segunda mitad del XIX del motor de combustión interna y la energía eléctrica, supusieron un progreso tecnológico sin precedentes

Como consecuencia del desarrollo industrial nacieron nuevos grupos o clases sociales encabezadas por el proletariado, los trabajadores industriales y campesinos pobres y la burguesía, dueña de los medios de producción y poseedora de la mayor parte de la renta y el capital. Esta nueva división social dio pie al desarrollo de problemas sociales y laborales, protestas populares y nuevas ideologías que propugnaban y demandaban una mejora de las condiciones de

vida de las clases más desfavorecidas, por la vía del sindicalismo, el socialismo, el anarquismo, o el comunismo. (Palacios, 2021)

1.1.5 NEOLIBERALISMO

El neoliberalismo es una teoría político-económica que retoma la doctrina del liberalismo clásico y la replantea dentro del esquema capitalista actual bajo principios más radicales, surge como reacción a la intervención del Estado como garante de una mayor justicia social (es decir, del Estado benefactor), y toma fuerza gracias a las debacles de la economía capitalista del siglo XX, particularmente las registradas a finales de los años 20 y la de la década de 1970. Para el neoliberalismo, el Estado debería cumplir únicamente sus funciones fundamentales como organismo regente en la organización de la sociedad, de modo que se opone a su intervención en el funcionamiento de la economía, para así mantener a raya las regulaciones e impuestos al comercio y las finanzas.

Esta doctrina favorece la privatización de empresas y servicios que estaban en manos del sector público, bajo la premisa de que el sector privado es más eficiente. Es partidario de la reducción del gasto social, de propiciar la libre competencia, de las grandes corporaciones, y de debilitar y desintegrar los sindicatos. El neoliberalismo considera que la economía es el principal motor de desarrollo de una nación, por ello, además de considerar que todos los aspectos de la vida de una sociedad deberían estar subordinados a las leyes de mercado, defiende el libre comercio para propiciar una mayor dinámica en la economía, lo cual, en teoría, debería generar mejores condiciones de vida y de riqueza material,

sus principales ideólogos y promotores fueron Friedrich August von Hayek y Milton Friedman. (Significados, 30)

El neoliberalismo sufrió un crecimiento mundial en las ulteriores décadas del siglo XX, lo cual se concilio con el aumento de la globalización como progreso de carácter económico, tecnológico y social, que ocasionaría un planeta más acoplado e interrelacionados a nivel de mercados, sociedades y culturas. La propagación del sistema capitalista como consecuencia del derrumbe en las economías comunistas, junto con ideas propias del neoliberalismo, tales como la abstención de la mediación estatal en las relaciones comerciales, y la traba a las regulaciones y los aranceles, todo ello bajo el esquema del libre mercado, ha ido provocando una unidad económica mundial, con fronteras cada vez más abiertas y mercados comunes cada vez mayores, propia de una economía globalizada.

Las principales características que distinguen esta ideología son: Eliminación de rigurosas barreras arancelarias tanto de capital, productos y personas, se busca que el estado no tenga intervención o al menos tenga poca participación y que el comercio se regule por medio de la oferta y la demanda, además de la privatización de las empresas públicas con el objetivo de bajar los niveles de gasto público y tener más competitividad de los productos, se permite también la entrada de empresas extranjeras a través de la inversión. Dadas las características anteriores se puede decir que el neoliberalismo es el inicio de la globalización en el mundo ya que gracias a la apertura comercial que tuvo trajo consigo un intercambio de ideologías, tecnológicas e incluso políticas.

1.1. 6 GLOBALIZACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL

La globalización es la tendencia a la creación de zonas de libre comercio a nivel internacional. La globalización nace como consecuencia de la necesidad de rebajar costos de producción con el fin de dar al productor de ser competitivo en un entorno global. Este proceso económico, tecnológico, social y cultural permite a los distintos países del mundo unificar sus mercados, sociedades y culturas a través de una creciente comunicación e interdependencia (Mercatia.com 2011)

La globalización cambio la forma de hacer comercio, la tendencia a la compra-venta de productos y servicios a través de medios electrónicos informáticos aumento. La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido de forma extraordinaria en estos últimos tiempos debido a la programación de internet y el uso de innovaciones, tales como la transferencia de fondos electrónicamente, el marketing en internet, el intercambio electrónico de datos etc. El comercio electrónico incorpora mejoras en la distribución, comunicaciones comerciales vía electrónico de forma rápida y eficaz, beneficios operacionales, facilidad para fidelizar clientes, etc. Es por ello que se habla en la globalización de un impacto cultural, social y tecnológico, porque la gente se adapta a las nuevas formas de adquirir sus productos y servicios, las empresas cambian la forma en como venden y la cultura de ya no solo comprar de forma física dejo de existir.

1.2 ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO (GATT)

El 30 de octubre de 1947, 23 países firmaron el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en el Palacio de las Naciones en Ginebra. En el Acuerdo se recogían las concesiones arancelarias convenidas las primeras negociaciones comerciales multilaterales y un conjunto de normas destinadas a evitar que dichas concesiones fueran anuladas por la adopción de medidas restrictivas del comercio, para lo cual se llevaron a cabo 8 rondas de negociación. Las 23 partes contratantes fundadoras eran miembros del Comité Preparatorio establecidos por el Consejo Económico Social de las Naciones Unidas 1946 para redactar la Carta de la Organización Internacional del Comercio (OIC) Organización Internacional del Comercio. La OIC debía ser el último elemento de una triada de organismos económicos de La posguerra - los otros dos eran el Fondo Monetario Internacional y el Banco Internacional de Reconstrucción, posteriormente Banco Mundial - dedicados a la cooperación económica internacional. (Submanian, 1991)

El GATT nació como herramienta temporal que ayudaba a poner en vigor las reglas de política comercial de la OIC. En noviembre de 1947, las delegaciones de 56 países decidieron realizar una reunión en La Habana, Cuba, para tratar temas como el proyecto de Carta de la OIC en general. Luego de arduas y largas negociaciones, 53 países firmaron el Acta Final por la que conjugo como el texto de la Carta de La Habana. Sin embargo, los países no hicieron lo posible por

ratificarlas, y finalmente, la OIC no vio la luz, con lo cual el Acuerdo General quedo como único instrumento internacional que regulara el comercio mundial.

El 1º de enero de 1948, entró en vigor el Acuerdo General. Los 23 miembros fundadores fueron: Australia, Bélgica, Birmania, Brasil, Canadá, Ceilán, Cuba, Checoslovaquia, Chile, China, Estados Unidos, Francia, Líbano, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelandia, Países bajos, Pakistán, Reino Unido, Siria y Sudáfrica. El primer periodo de sesiones de las Partes Contratantes tuvo lugar de febrero a marzo en La Habana, Cuba simultáneamente. La secretaria de la Comisión Interna de la OIC, que actuaba como Secretaria del GATT, se trasladó de Nueva York, a Ginebra; donde las Partes Contratantes celebraron su segundo periodo de sesiones de agosto a septiembre de 1948. A comienzos del decenio de 1960, se adhirieron al Acuerdo General numerosos países en desarrollo que habían logrado su independencia para recientemente (países africanos en su mayoría). En el mes de febrero de 1965, las Partes Contratantes adoptaron el texto de la Parte IV, sobre Comercio y Desarrollo. En esta capítulo suplementario del Acuerdo General se requería que los países desarrollados concedieran gran prioridad a la reducción de los obstáculos al comercio de los productos de los países en desarrollo. Se creó un Comité de Comercio y Desarrollo encargado de supervisar el funcionamiento de las nuevas disposiciones del Acuerdo General. En el año anterior, el GATT creó el Centro de Comercio Internacional (CCI) a fin de ayudar a los países en desarrollo a promover sus intercambios comerciales e identificar mercados potenciales. Desde 1968, el GATT y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y desarrollo (UNCTAD) administran conjuntamente el CCI.

El 20 de septiembre de 1986 los Ministros del Comercio del GATT, reunidos en Punta del Este, Uruguay, iniciaron la octava y última ronda de negociaciones comerciales. La Declaración de Punta del Este, si bien representaba un compromiso político único, se dividía en dos secciones. La primera se refirió a las negociaciones sobre el comercio de mercancías y la segunda inicio las negociaciones sobre el comercio de servicios. Respecto al comercio de mercancías comprometieron a mantener en "statu quo" las medidas incompatibles con sus obligaciones en el GATT y a un programa de "desmantelamiento" tendiente a suprimir de manera gradual las actuales medidas incompatibles. Las negociaciones, con una duración prevista de cuatro años comenzaron a principios de 1987 con el tratamiento de las siguientes agendas : aranceles, medidas no arancelarias, productos tropicales, productos obtenidos de la explotación de recursos naturales, textiles y vestidos, agricultura, subvenciones, medidas de salvaguardias, aspecto de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, incluido en comercio de mercancías falsificadas, y medidas en materia de inversiones relacionadas con el comercio. Simultáneamente se efectuó una revisión de los artículos del Acuerdo General, además del procedimiento de solución de diferencias del GATT, los acuerdos concertados en la Ronda de Tokio y el funcionamiento del sistema del GATT, en su conjunto. (Submanian, 1991)

1.2.1 MÉXICO INGRESA AL GATT

México desde su fundación rechazó participar en dicho organismo al advertir la inutilidad de ser un socio más de un club de millonarios' en el que el grueso de las decisiones se tomaban preponderantemente por las potencia comerciales quienes imponían como lo siguen haciendo hasta ahora los lineamientos generales y particulares acerca de las políticas de comercio exterior siempre acordes con sus intereses, sin embargo siempre asistió a las diversas rondas de negociación en calidad de observador, por lo que a pesar de no ser socio, estuvo vinculado con la problemática y rumbo de las discusiones sobre comercio mundial sin que existieran presiones o intereses muy especiales para que se integrara como socio, el problema surgió a partir de que se iniciaran en los Estados Unidos una serie de desequilibrios internos y externos como el que se refiere a su abultado déficit presupuestal, el cual asciende hoy día a aproximadamente 220 mil millones de dólares. Y fundamentalmente a su serio desequilibrio comercial que ya apunta hacia los 170 mil millones en 1986. Este déficit en su comercio exterior ha generado un endurecimiento de la política global de los Estados Unidos hacia el resto del mundo y de manera muy particular hacia los países endeudados dentro de tales políticas de ajuste, destaca la obligación por parte de los países endeudados, a abrir sus economías a la competencia internacional, dentro de lo que la liberalización del comercio a las mercancías preferentemente norteamericanas viene a ser el motor esencial que nos explica por qué tanto

interés en que en México se genere un "cambio estructural" o apertura al exterior y a fin de cuentas el ya realizado ingreso al GATT. (Wadgyamar, 1985)

Las presiones para todo este proceso, empezaron desde 1978. En que México solicitó su adhesión al GATT, para lo cual se integró todo un grupo de negociadores que elaboraron un protocolo de adhesión, el cual, tras una consulta popular fuera rechazado en una primera instancia, sin embargo, los Estados Unidos no quitaron el dedo del renglón y en su Ley de Acuerdos Comerciales de 1979, establecen la obligación de participar en el GATT. Con la amenaza de que quienes se rehúsen se harían acreedores a la aplicación de sanciones compensatorias a productos que se consideran de acuerdo con su Congreso como subsidiados en el exterior, a partir de este ordenamiento y en virtud del rechazo de México a ingresar al GATT, se vinieron una avalancha de impuestos compensatorios, a multitud de productos mexicanos, lo cual generó que, a partir de 1983, y a raíz de la firma de la Carta de Intención con el FMI. México iniciara el conocido proceso de "apertura al exterior" consistiendo como se dijo en el desmantelamiento del proteccionismo a la industria nacional, a través de la sustitución de los sistemas de "permisos previos" por bajos aranceles.

Al liberalizar México su comercio exterior, se procedió a firmar un Entendimiento Comercial entre México y los EU, con lo cual en forma bilateral se obtenía la posibilidad de evitar que se aplicaran los famosos impuestos compensatorios a muchos productos mexicanos, ya que con ese Entendimiento era posible apelar al recurso jurídico conocido como la "prueba de daño", mediante la cual era factible

demostrar que México no estaba subsidiando a sus exportaciones y que por lo mismo no afectaba a la economía norteamericana, razón por la cual no procedían las sanciones o impuestos compensatorios. Esto desde luego implicó en forma paralela dismantelar el sistema tradicional de subsidios y apoyos a las exportaciones mexicanas por lo que fueron eliminados los incentivos fiscales y promocionales que anteriormente eran el rasgo esencial de la política comercial de México al grado de que uno de los organismos centrales de promoción del comercio exterior que era el Instituto Mexicano de Comercio Exterior fuera liquidado en 1985. Tales cuestiones quedaron consagradas en los nuevos programas comerciales del Estado como son el PRONAFICE y el PROFIEX que constituyen la forma como se ha instrumentado la apertura al exterior (Wadgymar, 1985)

Habiendo México liberalizado su comercio eliminando subsidios a sus exportaciones y al suscribir el entendimiento comercial sobre subsidios e impuestos compensatorios resultaba superfluo el ingreso del país al GATT pues en forma bilateral y merced a los acuerdos con el Fondo Monetario Internacional se había logrado plegar la política comercial de México a las leyes comerciales de los EU. Sin embargo hubo más presiones internas y externas para que México se adhiriera a dicho organismo aun cuando en la práctica ya estábamos dentro de sus lineamientos esenciales, para ello se llevó a cabo una farsa de consulta popular en la que los argumentos a favor nunca resistieron mínimamente los embates de una discusión ni académica ni de sentir práctico. Sin embargo se decretó arbitrariamente en noviembre de 1985 que no habría ningún obstáculo

para que México ingresara al GATT y que el país se vería ampliamente beneficiado con la participación en dicho organismo En agosto de 1986. México se integró sin pena ni gloria como miembro número 92 del Acuerdo General, en base a la suscripción de un Protocolo de Adhesión que plantea esencialmente que se trata de un país en desarrollo por lo que al menos teóricamente recibirá un trato de no reciprocidad en las negociaciones internacionales al igual que se consideran sectores estratégicos a la agricultura a los energéticos y se protege a algunas ramas principalmente dominadas por las trasnacionales como la automotriz y la farmacéutica las cuales se considera necesario protegerlas además las barreras arancelarias de México se eliminarán en un plazo de 8 años con aranceles no mayores del 50% en donde el país puede apelar a la cláusula de salvaguardia para restringir en algunos casos sus importaciones, se eliminan todo tipo de subsidios a las exportaciones salvo las aceptadas en el Acuerdo General que están contempladas en el Programa de Fomento Industrial y Comercio Exterior PROFIEX. (GATT, 1983)

1.2.3 DEL GATT A LA OMC

Las organizaciones internacionales se crearon para la cooperación económica y la paz, solo 23 países firmaron el GATT, pero se convertiría en elemento esencial, para la seguridad económica mundial. 50 años más tarde la OMC tiene 132 países miembros, ha hecho suyas las antiguas actividades del GATT, pero así mismo se ocupa de nuevo sectores del comercio como bancario internacional, telecomunicaciones, invenciones de tecnología avanzada, la OMC puso orden en

la jungla del comercio mundial donde la relación entre países distintas fuerzas económicas, hace que países en menos cuantía se vea en desventaja.

En los 47 años de existencia del GATT se vio como desaparecían obstáculos comerciales y como el comercio mundial experimentaba crecimiento sin precedentes, el número de sus miembros que en un principio eran de 23 aumento hasta alcanzar los 128, la mayoría era de países en desarrollo a lo que se dispuso un trato especial, para ayudar a adaptarse a las reglas del GATT. En los años 1970 un primer intento por revisar las normas del GATT solo alcanzo un éxito parcial, solo algunos países firmaron todos los nuevos acuerdos de la ronda de Tokio, sin embargo, la economía mundial atravesaba un periodo espinoso debido a un brusco aumento de los precios del petróleo y a las perturbaciones financieras, por lo que el proteccionismo amenazaba con volver al comercio mundial. Luego en 1986, ministros de todo el mundo se reunieron en punta del este Uruguay para iniciar un acontecimiento que iba a transformar el comercio mundial, la octava ronda de negociaciones del GATT “la ronda Uruguay”, esta duro 7 años y medio en la que participaron 125 países, vino a ser la más importante y la más compleja negociación de la historia, las negociaciones versaron sobre algunos de los temas más candentes del momento, por lo que los intereses en juego eran muy importantes. Durante ese momento el mundo experimento modificaciones de naturaleza aún más política y económica, caían los muros de la Europa oriental y el antiguo bloque soviético, cuyas economías se orientaban hacia los mecanismos del mercado y comercio internacional eran también cada vez más numerosos los países en desarrollo que comprendían lo mucho que podían ganar abriendo sus

mercados y participando de manera más amplia en el comercio mundial, al final cuando los ministros se reunieron en Maraquees en abril de 1994 tenían ante sí un acuerdo que representa la reforma más trascendental en la historia del comercio desde la creación del GATT, el acuerdo de la ronda de Uruguay es complejo que se resume en dos logros importantes:

La primera es la creación de una organización nueva de condición jurídica plena “la Organización Mundial del Comercio” con el objetivo de evitar cerrar un mundo dividido económica y comercialmente que anteriormente condujeron a guerras y enfrentamientos, estableciéndose formalmente en 1995.

El segundo logro es que los acuerdos de la organización mundial del comercio forman un todo con un ámbito de aplicación de amplitud sin precedentes como lo es la primera reforma importante del comercio de productos agrícolas, la reducción gradual de las prolongadas restricciones sobre los textiles y el vestido, una nueva reducción sustancial de los niveles arancelarios, las primeras normas internacionales de comercio en el sector de servicios y de la propiedad intelectual y un sistema más efectivo de la solución de controversias entre países.

Actualmente la OMC continua con la creación de nuevos acuerdos para la mejora de nuevos sectores como lo es el de telecomunicaciones, bancarios y financiero, así como implementando procesos más justo para la resolución de problemas y el

IMPUSO DE LAS ECONOMÍAS EN DESARROLLO.

1.3 PRINCIPALES TRATADOS DE LIBRE COMERCIO DE MÉXICO CON EL MUNDO

México cuenta con 13 tratados de libre comercio como se enlistan de manera cronológica a continuación en la tabla 1.1.

Tabla 1.1 “Principales tratados de libre comercio de México con el mundo”

1994 TLCAN	
Países	Mexico, Estados Unidos y Canada
Fecha de firma	Diciembre de 1992
Entrada en vigor	1994
Observaciones	Actualmente llamado T-MEC
1995 G3	
Países	Colombia ,Venezuela
Fecha de firma	01 de Enero 1995
Entrada en vigor	11 de Enero 1995
Observaciones	Actualmente solo es México-Colombia
1999 México-Chile	
Países	Chile
Fecha de firma	28 de Julio 1999
Entrada en vigor	01 de Agosto 1999
Observaciones	
2000 México-Isrrael	
Países	Isrrael
Fecha de firma	28 de Junio del 2000
Entrada en vigor	01 de Julio del 2000
Observaciones	

2000 TLCUEM	
Países	Union Europea
Fecha de firma	24 de Noviembre 1999
Entrada en vigor	01 de Julio del 2000
Observaciones	

2001 Asociación Europea de Libre Comercio	
Países	Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza
Fecha de firma	
Entrada en vigor	2001
Observaciones	Llamado TLC México- AELC

2004 Uruguay	
Países	México, Uruguay
Fecha de firma	15 de Noviembre 2003
Entrada en vigor	15 de Julio 2004
Observaciones	

2005 Japon	
Países	México, Japón
Fecha de firma	17 de Septiembre 2004
Entrada en vigor	01 de Abril 2005
Observaciones	

2012 Peru	
Países	México, Peru
Fecha de firma	6 de Abril del 2011
Entrada en vigor	01 de Febrero 2012
Observaciones	

2013 Centroamerica	
Países	México, Costa Rica, Guatemala, Honduras, El salvador y Nicaragua
Fecha de firma	22 de Noviembre 2011
Entrada en vigor	1 de Enero 2013
Observaciones	

2012 Peru	
Países	México, Peru
Fecha de firma	6 de Abril del 2011
Entrada en vigor	01 de Febrero 2012
Observaciones	

2013 Centroamerica	
Países	México, Costa Rica, Guatemala, Honduras, El salvador y Nicaragua
Fecha de firma	22 de Noviembre 2011
Entrada en vigor	1 de Enero 2013
Observaciones	

2016 Alianza del pacifico	
Países	Chile, Colombia, México y Perú
Fecha de firma	28 Abril del 2011
Entrada en vigor	2016
Observaciones	

2016 Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica	
Países	Vietnam, Japón, Canadá, México, Brunéi, Chile, Malasia, Australia, Nueva Zelanda,
Fecha de firma	5 de Octubre 2015
Entrada en vigor	4 de Febrero 2016
Observaciones	Actualmente Tratado Integral y Progresivo de Asociación Transpacífico.

Fuente: Elaboración propia con datos de la (Secretaría de economía 2015)

1.3.1 TRATADO DE LIBRE COMERCIO MÉXICO, COLOMBIA Y VENEZUELA (G•3)

Como se puede observar en la tabla 1.1 el Tratado del Grupo de los Tres (TLC-G3) integrado por México, Colombia y Venezuela, se firmó el 13 de junio de 1994 y entró en vigor el 1 de enero de 1995, mediante la Ley de la República de Colombia No. 172 de 1994, este tratado se celebró con el carácter de Acuerdo de Complementación Económica (ACE), con lo dispuesto en el Tratado de Montevideo 1980 y en la Resolución No. 2 del Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores de las Partes signatarias. El Acuerdo se registró ante la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) como (ACE) No. 33. (Mincomercio, 2018)

Objetivo General: Crear un espacio libre de restricciones, prevaleciendo el libre flujo de mercancías, la libre competencia, normas técnicas, calidad de los productos y el crecimiento económico continuo, además de ampliar los vínculos comercial y económico entre los países signatarios. (Cámara de diputados, 2015)

Objetivos Específicos:

- Estimular la expansión y diversificación comercial.
- Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios.
- Promover condiciones de competencia leal en el comercio.
- Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión.
- Proteger y hacer valer, adecuada y efectivamente, los derechos de

propiedad intelectual.

- Establecer lineamientos para la ulterior cooperación a nivel bilateral, regional y multilateral, ampliando y mejorando los beneficios del tratado.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias.
- Propiciar relaciones equitativas reconociendo los tratamientos diferenciales establecidos en la ALADI. (Cámara de Diputados, 2015)

El TLC-G3 incluyó una importante apertura de mercados para los bienes y servicios y estableció reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, contemplando un programa de desgravación para la mayoría del universo arancelario en un período de 10 años, quedando excluida la mayor parte del sector agropecuario, actualmente, el 97% del universo arancelario se encuentra con 0% de arancel.

El 21 de mayo del 2006 el presidente Hugo Chávez presidente de Venezuela, presenta una reclamación y pide su salida del acuerdo con el objetivo de supuestamente proteger los intereses del país, lo que llevo a México y Colombia a renegociar sus acuerdos y mantener relaciones comerciales entre ellos, los cuales se aprobaron en agosto del 2011 y permanecen vigentes. En agosto de 2009 y luego de dos años de negociaciones, Colombia y México finalizaron los trabajos de adecuación del TLC y suscribieron cinco decisiones contenidas en un protocolo modificadorio referidas al acceso a mercados, las adecuaciones a las reglas de origen, el Comité Regional de Insumos, las facultades adicionales a la Comisión

Administradora y el cambio de nombre del Tratado. Esta profundización del Acuerdo está vigente desde el 2 de agosto de 2011 y entrego en vigor oficial el 1 de julio de 2012 para ambos países.

1.4 TEORÍA DEL COMERCIO QUE SUSTENTA EL PROYECTO.

Según (Porter, 2015) la estrategia en las empresas llegó para quedarse, no fue una moda pasajera ni una teoría fugaz, las empresas que actúan sin una estrategia, únicamente buscando ganancias a corto plazo tienden a enfrentarse a una quiebra, es por ello que habla de la importancia de tener una ventaja competitiva que genere un distintivo y contribuya al crecimiento y desarrollo de los negocios, la cual debe de tomar en cuenta 3 factores:

- 1) El posicionamiento de la empresa para defenderse de las fuerzas dominantes en la industria
- 2) La influencia de su propia empresa en el equilibrio de estas a través de movimientos estratégicos
- 3) Anticipar los posibles movimientos de las fuerzas de la competencia para responder en consecuencia.

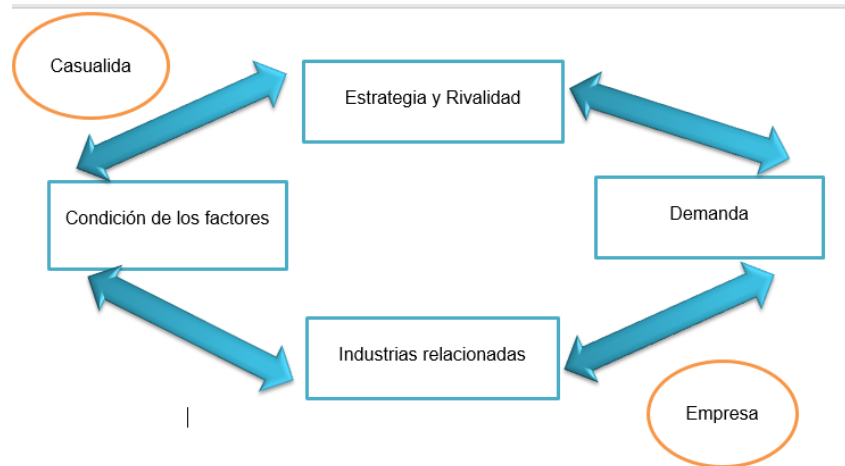
En el ámbito de la construcción el contar con una buena estrategia competitiva será factor importante para lograr un posicionamiento a nivel nacional e internacional ya que actualmente en el mercado se ofrecen distintos materiales innovadores que los hace más atractivos para el cliente, es por ello que tomaremos como referencia el diamante de Porter como teoría de la ventaja competitiva para la creación de las estrategias de este proyecto.

Recibe el nombre de “Diamante de Porter” por su creador Michael Porter y por su estructura formada de 4 factores importantes a considerar para la creación de una estrategia como se puede observar en la imagen 1.1, los cuales son:

- **Demanda:** Hace referencia a que un país no puede tener una evolución y mejorar si no tiene un territorio demandante exigente que lo rete a mejorar su competitividad.
- **Condición de los factores:** Son todas aquellas condiciones que permiten especializarse o ser bueno en algún producto o servicio en específico como lo son mano de obra especializada, tecnología de punta, capital para invertir.
- **Industrias relacionadas:** Las empresas para poder ser competitivas siempre buscan trabajar de la mano con otras industrias que la complementen y la hagan ser eficiente en sus procesos y materia que utilizan estas empresas pueden ser proveedores.
- **Estrategia y Rivalidad:** Para una empresa puede resultar complicado promover el desarrollo de ventajas si no tiene una mejora constante de su producto y esto lo puede lograr solo si tiene competidores con quien compararse y retarse a mejora continua, de lo contrario la industria nunca sabrá en que mejorar y como ser competente en el mercado internacional.

Adicionalmente en el diamante de Porter podemos observar dos factores más que no son parte de la estructura ya que son externos, sin embargo afectan directamente a la competitividad los cuales son “El gobierno y la casualidad”: la casualidad se refiere a todo aquello que no depende de la empresa ni del gobierno como las guerras, crisis económicas, políticas de gobiernos extranjeros e incluso fenómenos naturales, en cuanto al gobierno hace referencia a las políticas de sectores gubernamentales que no están al alcance de las de las decisiones que tenga la empresa ya sea que afecten de manera positiva o negativa a las industrias.

Imagen 1.1 "Diamante de Porter"



Fuente: Elaboración propias con datos de (Porter, 2015)

Según (López, 2018) los factores decisivos fundamentales a tomar por el cliente colombiano para descartarse por la compra de un producto y las cuales son las estrategias a utilizar son:

- Producto de calidad competitivo en precio.
- Empresa que ofrezca una buena situación financiera.
- Red de distribución.
- Cumplimiento de los plazos.
- Experiencia previa internacional.
- Servicio postventa, servicio que no suele ser de gran calidad en Colombia.

CAPÍTULO 2 EMPRESA Y PRODUCTO

En el presente capítulo presentara una descripción de producto que se va a exportar, desde se materia prima, elaboración y demás componentes hasta el impacto de comercialización e importancia de la rama comercial importante que tiene en México. Así mismo se dará a conocer el plan de negocio que se tiene para la empresa, en donde podremos ver aspectos importantes como misión, visión, estructura, procesos tanto de producción, logística de exportación, permisos que se necesitan etc.

2.1 LA EMPRESA

“RCA CONSTRUCTIONS” es una empresa tabiquería dedicada a la fabricación, venta y distribución de teja, block, tabique de arcilla y especialista en la fabricación de tabique rojo cocido, nacida el 08 de mayo del 2008 y ubicada en San Bartolomé Tlaltelulco municipio de Metepec, Estado de México. Con más de 10 años de experiencia y constante innovación hoy en día ocupamos un sitio bastante importante entre los fabricantes de tabique de la región centro de Toluca y Metepec.

Desde su fundación se ha dedicado a producir tabique rojo cocido de la más alta calidad y poco a poco ha ido incrementando y mejorando su gama de productos conforme van cambiando los sistemas de construcción, además de que se invierte en maquinaria que mejore los procesos logrando una producción moderna y automática, que actualmente permite producir hasta 6,000 piezas diarias.

2.1.1 LOGO



El logo de la empresa se conforma de la silueta de una casa, ya que la gente relaciona la casa con una construcción, el color rojo representa el color del tabique tradicional, y se anexo una parte del nombre de la empresa con el fin de que sea fácil de recordar.

2.1.2 CLASIFICACIÓN

El tamaño de la empresa según (Secretaría de Economía, 2009) se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría conforme a la imagen 2.1.

Imagen 2.1 “Clasificación de la empresa por número de empleados y tope máximo combinado”

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: (Economía, 2009)

La empresa cuenta con 9 empleados al momento y ventas de 2.5 millones de pesos anuales, al aplicarse la formula $(2.5 \text{ millones} * 90\%) + (9 * 10\%)$ da un resultado de tope máximo combinado de 2.59, posicionándola como una microempresa.

De acuerdo a su actividad o giro: La empresa se ubica como una empresa tipo Industrial y manufacturera ya que su actividad económica es la producción de bins mediante la transformación y extracción de materias primas, así como la elaboración y venta de productos terminados.

Según la Ley General de Sociedades Mercantiles “RCA CONSTRUCTIONS S.A de C.V “se constituye legalmente como una Sociedad Anónima de Capital Variable ya que cuenta con una inversión de un poco más de \$50, 000 pesos mexicanos, es una empresa privada con fines de lucro y además cuenta con inversionistas.

2.1.3 VISIÓN

Ser una empresa tabiquería líder en fabricación y distribución de materiales para la construcción a nivel nacional, así como incursionar en el mercado internacional, ofreciendo un producto con los más altos estándares de calidad y un servicio calificado al cliente, además de contar con un compromiso ecológico para la sociedad.

2.1.4 MISIÓN

Mantener una constante innovación apegándonos a las tendencias en el ámbito de la construcción, además de incrementar nuestra gama de productos para poder ofrecer un servicio completo de calidad y seguro para nuestros clientes, teniendo un personal motivado y calificado que brinde un servicio altamente calificado.

2.1.5 VALORES

Nuestros valores se refieren básicamente en 3 letras S.C.S traducida a Seguridad, Calidad y Servicio representados e interpretados por la empresa de la siguiente manera:

Brindar al cliente un producto resistente y duradero para sus construcciones, manteniendo un diseño de calidad e innovador, además de orientarlo a buscar su mejor opción tanto en diseño como en tipo de material, dándole un seguimiento desde el acercamiento a la empresa hasta la compra e incluso después de la misma.

2.1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

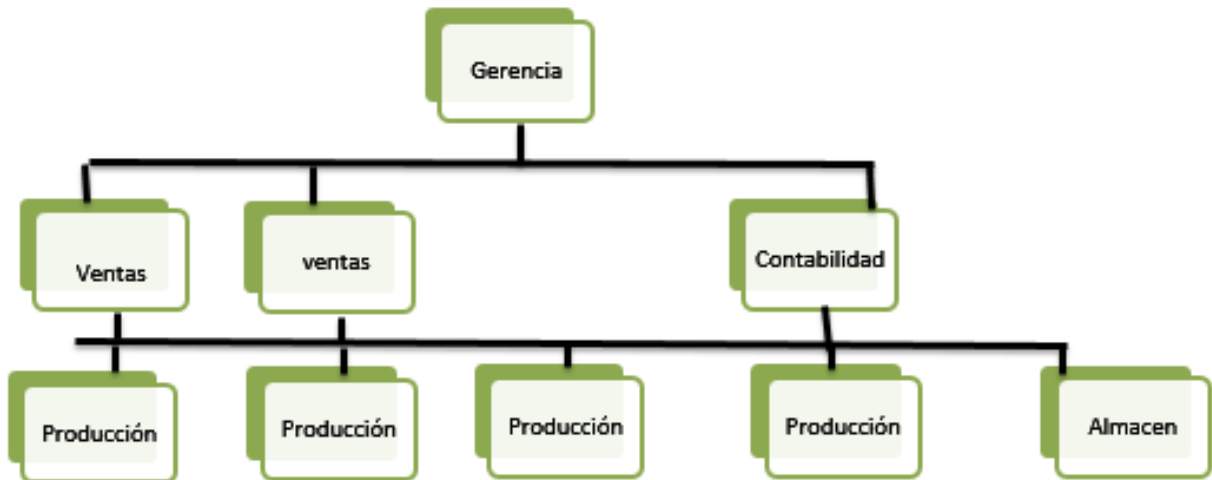
Objetivo General: Convertirse en una de las empresas líderes a nivel nacional, para poder crear un nicho de mercado internacional poco explorado.

Objetivo específico: Generar una estructura empresarial fuerte y novedosa que permita la participación en nuevos mercados tanto nacionales como internacionales.

2.1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

Como se mencionó anteriormente la empresa cuenta con 9 puestos que están divididos en 3 escalones de forma jerárquica y por área de acuerdo al nivel de responsabilidades que tienen cada uno, en el primer nivel se tiene al gerente general que es el líder, seguidos de un contador y 2 encargados de ventas que son quienes proveen de información a su superior para una buena toma de decisiones y al final tenemos 4 encargados en el área de producción que son quienes buscan lograr la calidad y metas establecidas por la empresa, sobre este mismo rango se tiene al almacenista que realiza las funciones de entrega y control de stock, de forma gráfica podemos observar esta estructura en la Imagen 2.2 con las siguientes funciones generales:

Imagen 2.2 “Estructura Organizacional “



Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa

Se cuenta con una gerencia encargada de Guiar a la empresa sus funciones principales es administrar los recursos financieros, humanos y materiales, establecer las estrategias que logren posicionamiento en el mercado y ventaja competitiva, además de mantener relaciones publicas buscando crear alianzas con empresas para incrementar las ventas y expansión territorial.

Seguido se tiene a un área contable que es quien informa la actividad económica de la empresa para la toma de decisiones, de igual manera es el encardo de cumplir con las responsabilidades fiscales y financieras, además de mantener un control contable estable y preciso. También el contador tiene la función de presentar planes financieros que le permitan a la empresa tener liquidez y rentabilidad.

En el mismo rango se encuentra el área de ventas que es vínculo entre cliente-gerente, cliente-área de producción ya que proporciona datos importantes para la mejora del producto , si bien todos los puestos son indispensables, este en particular tiene una responsabilidad mayor, es la vértebra de la organización recibiendo la información más útil para lograr éxito en las ventas ya que tiene trato directo con el cliente, conoce los gustos y preferencias reales de los consumidores, apoyándose también de estudios de mercado y análisis de la competencia para lograr las expectativas buscadas de los clientes.

Dentro de las funciones principales del área de ventas esta llevar a cabo las negociaciones comerciales, planeación de estrategias de ventas y servicio al cliente, Monitoreo y supervisión de la entrega y seguimiento post venta.

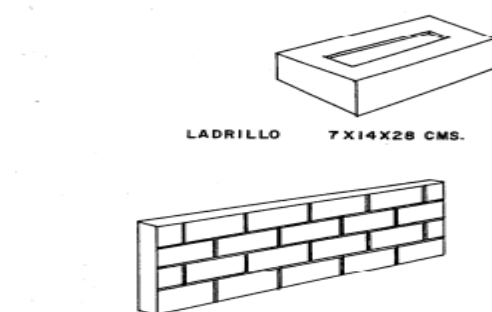
Por último, se tiene al área de producción cuya principal labor es lograr que los procesos de fabricación se desarrollen adecuadamente y cumplan con los estándares de calidad establecidos para un producto limpio y de agrado para el consumidor, son la base de la empresa ya que ellos desarrollan el producto final, lo almacenan y lo preparan para su distribución. En esta misma área se ubica un almacenista que es la persona que controla la entrada y salida del producto, además de la entrega del mismo,

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El tabique rojo o también conocido como ladrillo es una pieza de barro cocido a temperaturas altas, con forma rectangular, utilizado en el ámbito de la

construcción y la albañilería, se considera que es uno de los materiales más utilizados para la construcción de casas en México por su gran resistencia, fácil operación y durabilidad, se considera un material térmico que permite adaptarse a las temperaturas y brindar ambientes adecuados. El ladrillo tradicional es de color rojo en distintas tonalidades, dependiendo el nivel de cocimiento que tengan, sus dimensiones normales son aproximadamente de como se muestra en la imagen 2.3:

Imagen 2.3 “Estructura del producto”



Fuente: (Sistemas Estructurales, 2016), en el anexo 2” Tabique rojo mexicano” se pueden observar imágenes del producto real

Con la innovación constante de la arquitectura, actualmente podemos encontrar distintos tipos de ladrillos en el mercado con otras dimensiones, texturas e incluso formas, con la ventaja de que, al ser un material producido con barro, se puede moldear y manipular de la forma que sea, sin embargo, es más cómodo de trabajar para una construcción de forma rectangular con una simulación de un bloque.

2.2.1 ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DEL TABIQUE

El tabique es uno de los inventos que más contribuyó al desarrollo de las culturas, la historia del ladrillo constituye uno de los capítulos fundamental de la construcción, a lo largo de unos 11.000 años, desde su invención hasta nuestros días, ha ido evolucionando según el desarrollo de las culturas. Desde el comienzo de su trayectoria aún con materiales menos duraderos sirvieron para proteger al ser humano y para construir edificios de diversas escalas, algunos monumentales como acueductos, palacios e iglesias que todavía están en pie.

Los primeros ladrillos fueron de arcilla secada al sol, llamados adobe, una de sus principales características era su fácil manejabilidad ya que podían colocarse con una sola mano, al comienzo se fabricaban extrayendo barro del suelo, después lo mezclaban con agua y más tarde lo amasaban hasta darle una forma más o menos rectangular para luego secarlo al sol. La primera vez que se utilizaron fue en el Neolítico pre- cerámico del Levante Mediterráneo hacia 9.500 A.C. se cree que esto se debe a que en aquella zona había escasez de madera y de piedra, elementos constructivos tradicionales por entonces. (CICER 2021)

En el antiguo Egipto fue donde se realizó la primera gran innovación respecto al ladrillo que fue la invención de un molde para dar una forma más estética al ladrillo, aunque las imágenes más antiguas que se tienen de usar moldes para fabricar ladrillos están en Tebas -Egipto- hacia el 1.450 a.C., se cree que éstos seguían la técnica de los pueblos mesopotámicos desde el 5.900 A.C ya que en

algunas imágenes egipcias se ven escenas de obreros mezclando agua con barro y paja, y colocando la mezcla en un molde rectangular de madera.

Para los años 3.500 A.C las antiguas civilizaciones notaron que al cocer el tabique conseguían una resistencia parecida a la piedra, con la ventaja de que al ladrillo se le podía dar forma antes de cocerlo, moldear ladrillos era más rápido y barato que tallar piedras, con esto el ladrillo cocido pasó a ser un producto muy preciado, al comienzo debido a su coste solo era utilizado para la construcción de templos y palacios ya que podían llegar a costar 30 veces más que los de barro. Miles de años después los ladrillos se empiezan a fabricar en serie con la utilización de hornos que producían cantidad de ladrillos idénticos de una forma más rápida.

2.2.3 MATERIALES Y PROCESO DE ELABORACIÓN

Los materiales para la elaboración de tabique son los que se muestran a continuación, mismos que se encuentran en fotografía en el anexo 3 “Proceso y elaboración”:

Materiales	Descripción
Barro	Es el material principal para la elaboración del tabique y se obtiene de la explotación de minas.
Arena	Este material al igual que el barro proviene de las minas.
Agua	

Molde	Estos moldes son de madera y se mandan a elaborar con un carpintero, las medidas dependen del productor y del tamaño de tabique que ofrece.
Horno para cocer tabique:	Regularmente elaborado con barro y el mismo tabique, aunque en la actualidad ya existen hornos industriales.
Batidora	Funciona con gasolina

El proceso de producción se divide en 6 pasos:

Paso 1.-Obtención de insumos: Barro, arena, aceite y agua.

Paso 2.-Amasado: Se mezcla el barro con agua en una batidora, hasta eliminar los grumos de piedra y se genere una masa que se le conoce como “lodo” a modo que pueda ser moldeable con las manos.

Paso 3.- Moldeo: Una vez que se tiene la masa de barro se coloca arena para evitar que quede viscosa y se pegue en las manos y así ponerla en una caja regularmente con 5 moldes que deberán de ser rellenados sin dejar huecos al fondo y en las orillas que deformen la forma del tabique.

Pasó 4.- Desmoldado y Secado: Se desmolda la caja en una superficie plana, regularmente en un patio grande para que se seque en un tiempo aproximado de 48 horas, de esta manera dejara de ser tan frágil y se podrá mover sin quebrarse o cuartearse.

Paso 5.- Apilado: Una vez que se encuentra seco se ponen en filas que son divididas por una base de madera y se dejan reposar, hasta completar las unidades requeridas para hornear.

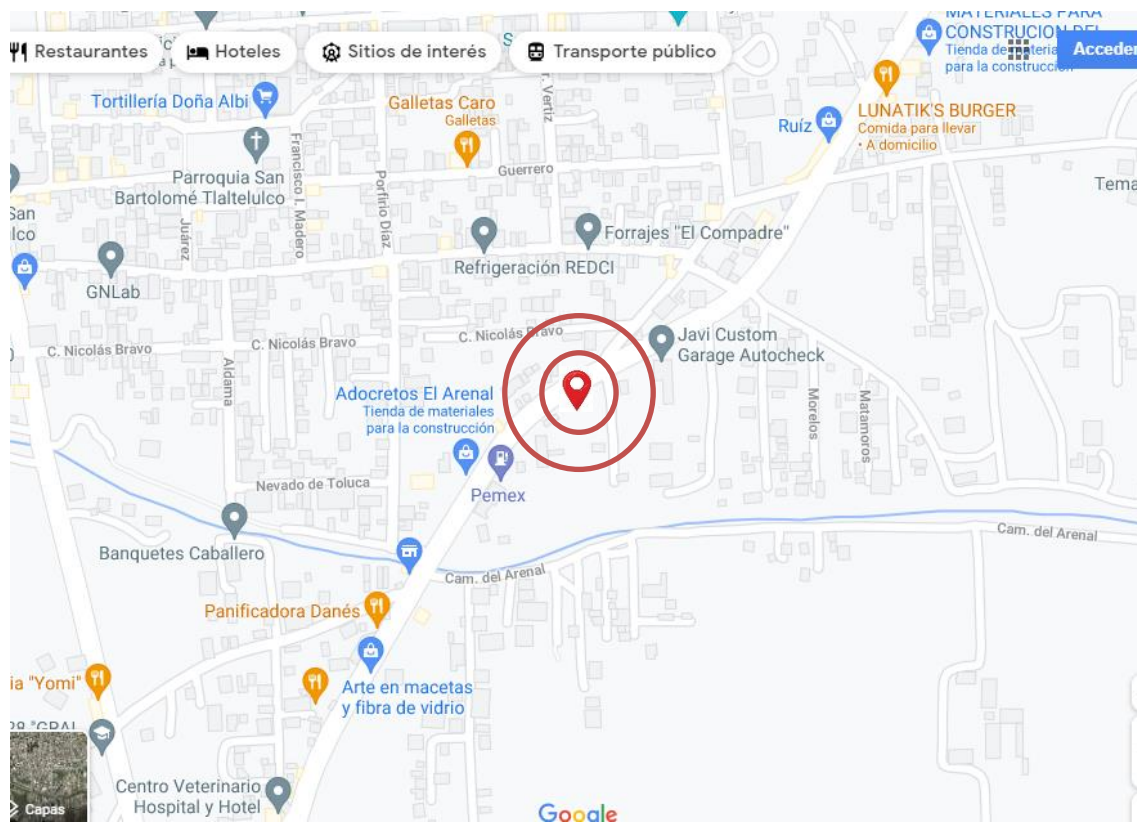
Paso 6.- Horneado: Para lograr la solides del tabique y sea resistente, se hornea en hornos contruidos por el mismo tabique y barro durante 24 horas, el cual se enciende con aceite como combustible. Una vez que termina el tiempo de horneo se deja enfriar por un periodo de 2 días para posteriormente pasarse a una bodega a su almacenamiento y distribución.

2.3 MACROLOCALIZACIÓN Y MICROLOCALIZACIÓN

La empresa se encuentra ubicada en Metepec, Estado de México, exactamente en el pueblo de San Bartolomé Tlaltelulco, este municipio se incorporó al programa Pueblos Mágicos en el año 2012, es una zona urbana y muy importante económicamente por lo que muchas empresas grandes se han establecido en este territorio, además de la existencia de residencias, fraccionamientos, centros nocturnos y centros comerciales , cuenta con una extensión territorial de 67.52 kilómetros cuadrados, Según (INAFED 2020) el turismo es una actividad de suma importancia para el municipio y se pretende consolidar a través del apoyo a las artesanías de Metepec y a sus productores, de la difusión de los lugares más atractivos de la Ciudad Típica de Metepec, como son: el Cerro de los Magueyes, la parroquia de San Juan Bautista, la Capilla del Tepeyac, la iglesia del Calvario, el Parque Juárez, la zona comercial-artesanal de Comonfort, así como las iglesias del siglo XVI y XVII que se localizan en los pueblos y localidades.

Al ser un municipio importante por su nivel socioeconómico medio-alto lo convierte en una zona atractiva para los pequeños y grandes negocios, cabe mencionar que la empresa se encuentra a solo 2 kilómetros de distancia de Metepec Centro que es la zona turística precisamente en la avenida principal sobre la Carretera Metepec-Zacango muy cerca de uno de los fraccionamientos más grandes del lugar “Fraccionamiento Bonanza “ como se puede apreciar en la imagen 2.4.

Imagen 2.4 “Localización de la empresa”



2.4 DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO

En la tabla 2.1 se pueden observar algunos puntos importantes que hacen que el producto a exportar tenga ventaja en el país de extranjero por sus características y que logre posicionarlo en el mercado.

TABLA 2.1 VENTAJAS DEL PRODUCTO

ASPECTOS	TABIQUE DE BARRO TRADICIONAL MÉXICANO	TABIQUE de ARCILLA TRADICIONAL COLOMBIANO	VENTAJA
MEDIDAS:	23CM DE LARGO , GROSOR 5CM Y 12 CM DE ANCHO	45 CM DE LARGO , GROSOR 19 CM Y 25 CM DE ANCHO	A pesar de que el tabique tradicional colombiano es mas grande, para las personas que lo trabajan en construcción puede ser más facil de manipular y acomodar de mejor manera por sus medidas y peso,ademas que se pueden trabajar distintas formas y tamaños con el tabique de barro.
CONFORT	TABIQUE TERMICO	TABIQUE NO TERMICO	El sillar tiende a ser bueno para las zonas de mucho frio, ya que es un tabique que guarda calor, sin embargo el tabique Mexicano a demas de guardar calor, tambien se ajusta a climas calientes , manteniendo la frescura en el espacio.
DISEÑO	 <p>(DAVINSON G. 2021)</p>	 <p>(NAYELI C. 2020)</p>	En cuanto a diseño, depende mucho de los gustos y preferencial del cliente
CALIDAD	ARSILLA COMPRIMIDA	COCIDO EN HORNO	Por su proceso de fabricación el tabique rojo cocido tiende a ser mas resistente, ya que en ocasiones el sillar se puede desmoronar y es de mayor cuidado incluso en el momento de que se esta trabajando en una construcción

Elaboración propia con datos de la empresa e información de la fuente: (YULIANA AMARILES RODAS, 2014)

2.5 MERCADO META

Desde su fundación RCA constructions a trabajo para lograr ser una empresa mexicana reconocida por el diseño y calidad en su producto, incursionando en el mercado de la construcción con un alto impacto y preferencia por los consumidores, la empresa se enfoca en colaborar con empresas constructoras de casas, condominios, residencias, centros comerciales e incluso colaboración con el gobierno, esto a través de convenios acordados en negociaciones que les permitan ser proveedores únicos o en colaboración cuando se trata de obras grandes.

En Medellín Colombia el producto va dirigido de manera particular a empresas proveedoras de materiales para la construcción que serán los intermediarios en la venta, ya que esas compañías cuentan con su red de clientes y sus propios convenios.

Según (Construdata, 2020) la compra en Colombia de tabique rojo para la construcción bajo, sin embargo, las exportaciones a Estados Unidos aumentaron en un 40%, lo que incremento la demanda en algunas ciudades, como se muestran en la tabla 2.2:

Tabla 2.2 “Demanda de tabique rojo quemado en Colombia”

CIUDAD	VENTAS EN MILLONES DE DOLARES	PORCENTAJE DE TABIQUE EXPORTADO A ESTADOS UNIDOS
Bogotá D.C.	4.0	49%
Santander	2.00	14.30%
Antioquia	3.014	9.50%
Valle	2.458	7.80%
Medellín	2.233	7.10%

Elaboración propia con datos de (Construdata 2019)

2.6 REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR DE MÉXICO A COLOMBIA.

México y Colombia han establecido en ambos lados comités de verificación que permiten a las empresas saber si cumplen con los requisitos, sin embargo, formularios de uso público se han puesto a disposición para agilizar la verificación; gracias a este proceso instaurado como obligación en la negociación, se evitan futuros inconvenientes como el actual round de Colombia con Panamá (Analdex 2018)

“Los tratados se deben estudiar con lupa, pues las empresas deben verificar cual legislación les es más benéfica, en el caso de Colombia y México, el producto bien sea colombiano o mexicano se puede acoger al tratado bi-lateral o a la regulación de la Alianza del Pacífico, de la cual ambos países son miembros, esta última permite un mayor espectro de fabricantes de insumos y orígenes, mayor flexibilidad para el fabricante”, asintió León Fernández, funcionario de Comercio Exterior en Colombia., Entre los principales documentos necesarios para exportar

a Colombia además de estar formalmente constituido como empresa y registrado en el padrón de exportadores, un trámite que realiza la Secretaria de Comercio Exterior en conjunto con la Secretaria de economía son:

- Carta porte: Comprueba que existe un contrato con una empresa de transporte.
- Complemento de la carta porte: El **complemento Carta Porte** se incorpora al CFDI de tipo Traslado para acreditar la posesión de las mercancías, brindando información sobre la procedencia y los destinos de las mercancías que se trasladan a través de los distintos medios de transporte (SAT, 2020)
- Certificado de origen: Para comprobar que el producto es 100% origen mexicano y pueda aplicar a los beneficios del tratado.
- Pedimento: Funge como comprobante fiscal e informar al SAT el origen al que ira el producto.
- Factura comercial: Comprobante fiscal, que comprueba la compra.
- Packin list: es un documento que le permite a todas las personas involucradas en el trámite de exportación identificar las mercancías; para lograr esto es necesario un empaque cuidadoso que coincida con lo indicado en la factura (CJADUANERO, 2015)
- Documentos para regulaciones y restricciones arancelarias que el indique o tramite el agente aduanal.
- Otros documentos y formularios requeridos por el país

CAPÍTULO 3 ANALISIS DE MERCADO META MEDELLIN

COLOMBIA.

El presente capítulo tiene como objetivo realizar un análisis de los factores económicos, sociales, culturales y tecnológicos del país que se tiene como mercado meta para la exportación del tabique rojo que es Medellín Colombia, para conocer las áreas de oportunidad, así como las desventajas que se podrían tener al entrar a la competencia de venta en ese país.

3.1 GENERALIDADES DE COLOMBIA

Colombia, oficialmente República de Colombia, es un país soberano situado en la región noroccidental de América del Sur, que se constituye en un estado unitario, social y democrático de derecho cuya forma de gobierno es presidencialista. Es una república organizada políticamente en 32 departamentos descentralizados y el Distrito Capital de Bogotá, sede del Gobierno Nacional.

Es la única nación de América del Sur que tiene costas en el océano Pacífico y acceso al Atlántico a través del mar Caribe, en los que posee diversas islas como el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Es el vigesimooctavo país más poblado del mundo, con una población de 51 millones de habitantes, además es la segunda nación con más hispanohablantes, solo detrás de México. Posee una población multicultural, la cual refleja la influencia de la colonización europea a gran escala, pueblos nativos y mano de obra africana, con oleadas migratorias provenientes de Europa y Oriente Próximo durante el siglo XX. El

producto interno bruto de paridad de poder adquisitivo de Colombia ocupa el cuarto puesto en América Latina y el puesto 28 a nivel mundial. El PIB nominal colombiano es el cuarto más grande de América Latina y ocupa el puesto 28 a nivel mundial.

3.2 ASPECTOS POLITICOS ENFOCADOS AL COMERCIO

Según (Moncayo, 2003) este sobresaliente momento de la historia constitucional del país fue producto de una fuerte coacción, al menos en materia económica, ejercida por ciertos grupos internacionales y las mismas disposiciones del Consenso de Washington que no dejaban una alternativa distinta excepto quizás el aislamiento comercial. Debido a ella los países latinoamericanos tuvieron que implementar una serie de políticas comerciales como la privatización de las empresas públicas, la integración al mercado mundial y la supresión de medidas intervencionistas que impedían el libre funcionamiento del mercado. Pero sus resultados parecen no haber sido los mejores en los países andinos y generaron problemas de orden político e institucional como de atraso tecnológico.

Así, cabe decir que en países como Colombia la toma de decisiones en la formulación y ejecución de la política exterior siempre ha estado supeditada a las relaciones comerciales con otros países y a otros factores, como la presión de los gremios económicos. Esto ha llevado a ejecutar políticas públicas como los programas de transformación productiva, para promover el progreso técnico, el crecimiento económico y objetivos tales como diversificar la oferta exportable con alto valor agregado, crear ciertos sectores y consolidarlos a nivel mundial y

mejorar la productividad empresarial, que no han funcionado a cabalidad, debido a que aún dependen de la exportación de productos primarios y es manifiesta la gran lentitud en la ejecución de las políticas de transformación productiva (López y Montoya, 2016).

Es claro que la diversificación de las exportaciones colombianas y, sobre todo, el aumento del número de productos de exportación; son bastante limitados. Algunos estudios muestran que la industria exportadora no ha avanzado mientras que las importaciones crecen y se diversifican sus proveedores, es decir, aumenta el número de países que exportan al país (Argüello, 2017). Quizá por ello, Torres (2014) argumenta que desde la apertura económica no ha habido cambios significativos en el entramado industrial exportador del país. La inversión en infraestructura, las exportaciones industriales, las tasas de educación y otros aspectos muestran pocos resultados. La principal fuente de divisas proviene es en esencia la exportación de bienes de consumo tradicionales y mineros. El saldo de la balanza comercial agrava este panorama porque Colombia importa principalmente productos industriales, que en su mayoría no produce, lo que le impide generar excedentes suficientes para invertir y desarrollar el aparato productivo, en especial cuando hay cambios súbitos en los precios externos. Además, las importaciones han aumentado notablemente, sobre todo las procedentes de China, y este es un reto que hoy se debe enfrentar.

Los problemas del sector industrial colombiano son graves y aún no es factible lograr las metas de competitividad e inserción a los mercados externos. En primer

lugar, por la falta de sofisticación de los productos, es decir, la escasa producción de bienes con alto valor agregado. En segundo lugar, por los problemas del uso creciente del conocimiento científico y tecnológico; y, en tercer lugar, por la incapacidad para consolidar la cultura de innovación. Ante esos problemas las simples políticas de comercio exterior no han sido suficientes para una transformación productiva que hagan posible un cabal crecimiento y el bienestar social.

3.3 ECONOMÍA COLOMBIANA

Colombia se posiciona como la cuarta economía más grande de América Latina, luego de Brasil, México y Argentina y en la clasificación internacional, se encuentra dentro de las 31 mayores del mundo, la economía colombiana se basa, fundamentalmente, en la producción de bienes primarios para la exportación, y en la producción de bienes de consumo para el mercado interno. Una de las actividades económicas más tradicionales es el cultivo de café, siendo uno de los mayores exportadores mundiales de este producto; ha sido parte central de la economía de Colombia desde principios del siglo XX y le ha valido reconocimiento internacional gracias a la calidad del grano; sin embargo, su importancia y su producción han disminuido significativamente en los últimos años.

Colombia tiene un historial de manejo fiscal y macroeconómico prudente, anclado en un régimen de metas de inflación, un tipo de cambio flexible y un marco fiscal basado en reglas fiscales, que permitió que la economía creciera ininterrumpidamente desde el año 2000. Además, Colombia redujo la pobreza a la

mitad durante los últimos diez años hasta 2021 Según (Banco de México, 2021), sin embargo, el crecimiento de la productividad es bajo y ha sido un obstáculo para el crecimiento económico, una gran brecha de infraestructura, baja productividad laboral e integración comercial, y barreras a la competencia doméstica son algunos de los factores que limitan el crecimiento de la productividad total de los factores. Las exportaciones están altamente concentradas en materias primas no renovables (petróleo en particular), lo que aumenta la exposición de la economía a los choques de precios. Además, Colombia es uno de los países de América Latina con mayor desigualdad en ingresos e informalidad del mercado laboral (Banco de México, 2021)

Medellín es la segunda ciudad más grande de Colombia, se destaca en el ámbito nacional por su variedad de actividades comerciales e industriales, según la (Agencia de Cooperación e inversión de Medellín y el Área metropolitana en su Artículo llamado “¿Culés son los sectores económicos priorizados en Medellín?” esta ciudad cuenta con una Política de Desarrollo Económico que busca el fortalecimiento de actividades económicas tradicionales y emergentes. La política tiene tres dimensiones básicas o áreas de impacto:

- Competitividad territorial: La competitividad territorial está estrechamente relacionada con la capacidad del territorio para crear, desarrollar, y consolidar las actividades económicas
- Desarrollo productivo: Evalúa y genera propuestas de políticas públicas para el cambio de la estructura productiva de los sectores industrial y de servicios

- Generación de Ingresos y Empleo: Apoyo a pequeños emprendedores y a la expansión y desarrollo de empresas para la generación de empleo.

Según (Zuluaga O., 2015) Los sectores económicos implicados con Medellín y definidos por la administración como estratégicos a partir del año 2007 (en conjunto con la Gobernación de Antioquia), son: minería, ganadería vacuna y caballar, comercio, compraventa, confección, producción y distribución de energía, servicios especializados de salud y medicina, frutas y flores, verduras con valor agregado, conservas y alimentos en general, productos forestales, construcción de vivienda, vehículos (autos y motos) y servicios financieros, de bolsa, bancarios y de seguros. A estos se suman otros sectores transversales: software, electrónica, telecomunicaciones, maquinaria y equipo, turismo de negocios, turismo médico y turismo en general, congresos y convenciones, y transporte.

3.3.1 RELACIONES COMERCIALES MÉXICO COLOMBIA

Para el año 2021 las exportaciones colombianas se muestran en déficit teniendo México un superávit de 2.5 a 1 puntos porcentuales, lo que en términos de dinero el comercio entre los dos países asciende a 6,000 millones de dólares, de los cuales 4,000 millones son de México y 2000 de Colombia esto según datos del (Economista, 2021)

Como se puede observar en la tabla 3.1 México solo exporta en 0.63 % del total de las exportaciones a Colombia, dejando un territorio poco aprovechado y del que se podría sacar más ventaja, de igual manera se puede ver que las importaciones de Colombia a México solo representan el 0.25 % de total, a pesar de que

claramente México tiene un superávit comercial respecto a Colombia, el comercio no se ha fortalecido para estos dos países, sin embargo no quiere decir que sea porque no existen mercados atractivos, si no que no se han establecido políticas que impulse la exportación a distintos países , si bien se tiene el tratado de libre comercio que favorece a más del 90% de los productos para ser libres de arancel , la tendencia mexicana se sigue inclinando a vender sus productos solo a Estados Unidos, por falta de difusión en los apoyos que ambos países brindan para que las empresas puedan comercializar sus productos en ambas lugares.

Tabla 3.1 “Importancia del comercio colombiano para México”

Comercio Total de México con el mundo 2020 (mmd)	Colombia es para México		Tasa de crecimiento promedio anual	Variación %		Importaciones de México prov. de Colombia por tipo de bien 2020			
			Año previo a la entrada en vigor	Año previo a la entrada en vigor	Último año		Acumulado a junio		
			20/99	20/99	20/19	21/20			
Exportaciones	417.7	Lugar 11 con el 0.63% de las exportaciones	Exportaciones	8.6	753.8	-26.1	25.7	Intermedio	67%
Importaciones	383.2	Lugar 28 con el 0.25% de las importaciones	Importaciones	8.3	699.3	-41.8	13.6	Capital	4%
Comercio Total	800.9	Lugar 18 con el 0.45% del comercio total	Comercio total	8.5	738.3	-31.1	22.2	Consumo	29%

Fuente: Banco de México; Instituto Nacional de Estadística y Geografía; Secretaría de Economía; World Economic Outlook Database, Fondo Monetario Internacional; Global Competitiveness Report 2017-2018, World Economic Forum; Statistics Database Trade Profile, Organización Mundial de Comercio, United Nations Conference on Trade and Development, Banco Mundial.

3.3.2 ASPECTOS MACROECONOMICOS

Es importante conocer las variables macroeconómicas de un país, antes de entrar a su mercado para competir con algún producto o servicio, ya que sabrás en qué escenario económico se encuentra, que políticas son las que predominan y la dificultad o facilidad que tendrás si decides vender en ese país, para el caso de la

exportación de tabique analizaremos las siguientes variables: PIB, Inflación, Empleo y Balanza Comercial.

Los impactos negativos para la economía colombiana ante la actual situación del COVID-19 en las variables macroeconómicas como lo son: el crecimiento económico del PIB, el empleo, balanza comercial, inflación y tipo de cambio comenzaron a notarse a partir del cuarto trimestre del año 2020, cuando las medidas de distanciamiento comenzaron a generarse de manera más estricta y obligada en Colombia, en donde se pudo observar para los meses de Septiembre, Octubre, noviembre y Diciembre economía decreció un 9,0% anual por una afectación en sectores importantes que no fueron considerados como esenciales entre ellos la rama automotriz, actividades culturales y recreativas, minería y la construcción por lo que presentaron los mayores decrecimientos, entre las ramas con mejor desempeño por ser consideradas como esenciales fueron la agricultura y las actividades inmobiliarias y financieras.

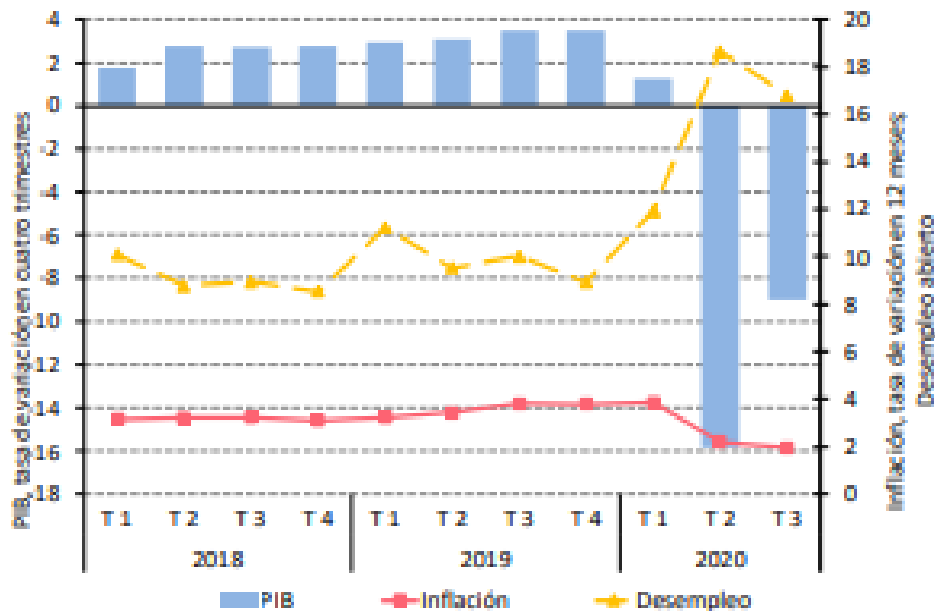
Para el caso de la inflación anual a noviembre de 2020 se registró un aumento 1,49%, y se proyecta que alcanzaría el 1,9% al finalizar 2020, por debajo de la meta del 3,0% de las Autoridades según datos de la CEPAL 2020, por lo tanto el objetivo de la política fiscal colombiana se enfocó a eliminar las consecuencias de la actual pandemia a través de incentivar el gasto público , el déficit recaudatorio de impuesto del gobierno central pasaría del 2,5% del PIB en año 2019 al 8,9% del PIB para el periodo del 2020 a causa de un bajo año de recaudación fiscal, exactamente en el impuesto al valor agregado y el impuesto al consumo en

restaurantes y bares y ventas de vehículos, sectores con las mayores caídas en sus ventas.

Además de que los diferentes rubros de gasto del gobierno se incrementaron, en especiales en insumos sanitarios que sirvieron para enfrentar la pandemia lo que género que se destinara el 2.4 % del PIB en ese tipo de gastos, lo que provoco que los mecanismos de ajuste cíclico permitidos por la regla fiscal fueran insuficientes y el gobierno colombiano tuvo que suspenderlos con la opinión favorable unánime del comité consultivo de la regla fiscal. El desbalance de las otras entidades del sector público agrupadas en el sector descentralizado fue otro de los que se notó claramente en crisis al pasar de una estabilidad en 2019 a un déficit del 1,2% del PIB en 2020 ya que muchos de los gobiernos regionales y locales tuvieron caída en la captación de ingresos tributarios a debido a una desaceleración en la actividad económica y el cierre de muchas empresas.

A continuación, en la imagen 3.1 se puede observar el comportamiento de algunas variables macroeconómicas registradas en los últimos periodos 2020-2021 a raíz de la Pandemia Mundial SARS-CoV2, en donde se puede notar el impacto económico que trajo consigo la crisis sanitaria, por consecuencia de aumento de deuda externa, un tipo de cambio que tiende a la baja, cierre de empresas, paro a las exportaciones y poco ingreso de remesas.

Imagen 3.1 “Colombia: PIB, Inflación y desempleo 2018-2020”



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre las cifras oficiales.

Se puede interpretar que el panorama económico en Colombia para los años 2020, 2021, y al menos hasta 2024 que es lo que el Banco Mundial estima para una posible y lenta recuperación no se muestra favorable.

3.4 ENTORNO DE NEGOCIOS FAVORABLE EN COLOMBIA PARA LA INDUSTRIA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN.

Algunos puntos importantes que favorecen a los exportadores en la industria de la construcción:

- Colombia es una economía dinámica y de gran tamaño que se proyecta como líder en América Latina. Registró un 3,3% en 2020 en comparación con 2019, según el estudio de monitoreo del PIB del DANE. El país se consolida como

el de mayor crecimiento entre los grandes mercados de América Latina. (DANE, 2020)

- En los últimos 15 años, Colombia logró enormes avances en su clima de inversión. Como resultado, la Inversión Extranjera Directa (IED) hacia el país aumentó considerablemente. El país es reconocido por los inversionistas como un lugar fiable y estable en el cual operar, y es uno de los mejores entornos de América Latina para hacer negocios y uno de los más competitivos de la región. (Markets,2018)

- La inversión extranjera directa del sector construcción en Colombia alcanzó en 2019 el valor más alto en la historia del país con un valor de USD 848 millones. (Markets, 2019)

- Colombia es un mercado que atrae IED para el sector de materiales de construcción. Desde el 2010 el país ha recibido 18 proyectos de inversión en este sector. (Markets, 2018)

- Colombia cuenta con un tejido empresarial amplio en la fabricación de materiales de construcción compuesto de 25.726 empresas. Pero además cuenta con una red comercial de empresas minoristas y mayoristas competitivas para abastecer el mercado nacional e internacional, el país ofrece una oferta de materiales de construcción diversificada y reconocida en la que se encuentran productos como: productos de hierro y acero, cemento, productos metálicos, vidrio, productos de cerámica y madera, entre otros (Rues, 2018)

3.5 MERCADO DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA Y ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO

Colombia es un país que ofrece una gran cantidad de insumos para el mercado de la construcción, siendo capaz de autoabastecerse en un 95%. Ya que cuenta con suficiente materia prima para la elaboración de productos como es el caso de las areneras, cementeras, etc. Además de que cuenta con grandes fábricas de insumos, aunque también se ven pequeñas empresas, algunas familiares (poco competitivas) que se dedican a la fabricación de otro tipo de materiales de escaso valor añadido. Sin embargo, la falta de competitividad de las empresas colombianas en sectores concretos ha hecho que se siga recurriendo, e incluso aumente la demanda de producto extranjero, fundamentalmente aquel con mayor valor añadido.

La venta de tabique tiene una gran oportunidad de mercado tanto nacional como internacional, ya que el mercado de la construcción es un área que tienen constante demanda de productos por la aceleración poblacional que se ha tenido en los últimos años, según datos del (INEGI, 2019), además de la inversión que el gobierno hace en infraestructura de país.

La empresa busca distribuir su producto a través de comercializadoras, es decir los clientes potenciales son empresas distribuidoras de materiales para la construcción ya consolidadas a nivel nacional que vendan el producto, esto debido a que "RCA CONSTRUCTIOS" no cuenta con el capital suficiente para establecerse como empresa, además de ahorro en tiempo, procesos y gastos de

operación, sin mencionar que el tabique puede comercializarse más rápido si se oferta por una empresa que ya tiene un territorio de venta fuerte., Entre las empresas con mayor presencia en Medellín Colombia son: Corona, Alfa, Fiber Class, Andercol S.A, Induma, Eternit, Dexson, Pavco, Skinko Colombit, Santafé, Toptec, Argos, Cerracol o Eurocerámica.

Es importante mencionar que además de la estrategia de entrada al mercado por medio de empresas intermediarias, se busca darle un valor agregado al producto, la producción de tabique además de proveer de empleo a un gran número de familias, también es un medio de contaminación al medio ambiente, ya que como se mencionó anteriormente la producción sigue siendo de manera artesanal y poco ecológica, ya que para su conocimiento consiste en quema de aceite, provocando un daño irreversible al planeta. Actualmente no existen muchas leyes que regulen esta práctica, sin embargo, la empresa busca incursionar al mercado internacional con un producto, de calidad y que tenga además tenga un valor para la sociedad, actualmente la empresa, se encuentra buscando alternativas que le permitan brindar un producto duradero y sustentable.

3.5.1 SITUACIÓN ECONOMICA DE LA INDUSTRIA LADRILLERA EN COLOMBIA

Colombia demanda aproximadamente \$214.7 millones de dólares de materiales de construcción de los cuales 30.4% según (La nota, 2020) \$65.260 millones de

dólares corresponden a la venta de productos elaborados con arcilla, barro y/o similares, según lo corroboran recientes cifras de Proexport en Colombia solo se producen 376.947 toneladas mensuales de ladrillo, es decir 4.523.367 al año, que representa el 68% de la demanda total. En la tabla 3.2 se representa la demanda externa que tienen las provincias principales del país, en donde Bogotá se posiciona como la ciudad con más demanda de ladrillo y o materias para la construcción, lo que abre un campo grande de oportunidad para la entrada de nuevos productos, que ofrezcan gran calidad para la industria.

Tabla 3.2 “Demanda materiales para la construcción”

CIUDAD	%	TON/MES	MILLONES MENSUALES
Bogota (1)	49	184704	15.500
Norte de Santander (2)	14.3	53903	4.514
Antioquia (4)	9.5	35809	3.014
Valle (5)	7.8	29401	2.458
Eje Cafetero (6)	7.1	26763	2.233
Otros (3)	12.3	46364	3.924

Fuente: CONEXPO (2021)

3.6 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Según el Tratado de libre Comercio entre México-Colombia que entro en vigor el 1 de julio de 2012 la clasificación arancelaria que se tiene para la exportación de tabique es la que se muestra en la tabla 3.3 a continuación:

Tabla 3.3 “Clasificación arancelaria del Tabique rojo”

Sección:	XIII	Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio
Capítulo:	69	Productos cerámicos
Partida:	6904	Ladrillos de construcción, bovedillas, cubrevigas y artículos similares, de cerámica.
SubPartida:	690410	- Ladrillos de construcción.
Fracción:	69041001	Ladrillos de construcción.

Fuente: Tarifa de la ley de impuesto generales de importación y de exportación

A lo que se puede observar que México cuenta con una preferencia arancelaria exenta e IVA agravados al 0 % a la importación de ladrillos de construcción en Colombia y la fracción arancelaria que le corresponde es 69041001.

3.7 PUNTO DE EMBARQUE Y DESEMBARQUE

La imagen 3.2 muestra la logística de embarque a considerar para envío de la mercancía en donde se muestran las distintas rutas y puertos comerciales que se tienen en ambos países, por tiempo y distancia se embarcara del puerto de Lázaro Cárdenas, México y se desembarcara en el puerto Buena aventura, Colombia.

Los tiempos aproximados de traslado son los siguientes:

De Metepec, Estado de México a Lázaro Cárdenas Michoacán por vía terrestre es de 7 horas y del puerto de Lázaro Cárdenas al Puerto de Buena Ventura 8 días, aproximadamente.

Imagen 3.2 “Principales Rutas Comerciales México-Colombia”



Puertos del Pacífico: Buenaventura y Tcbuen

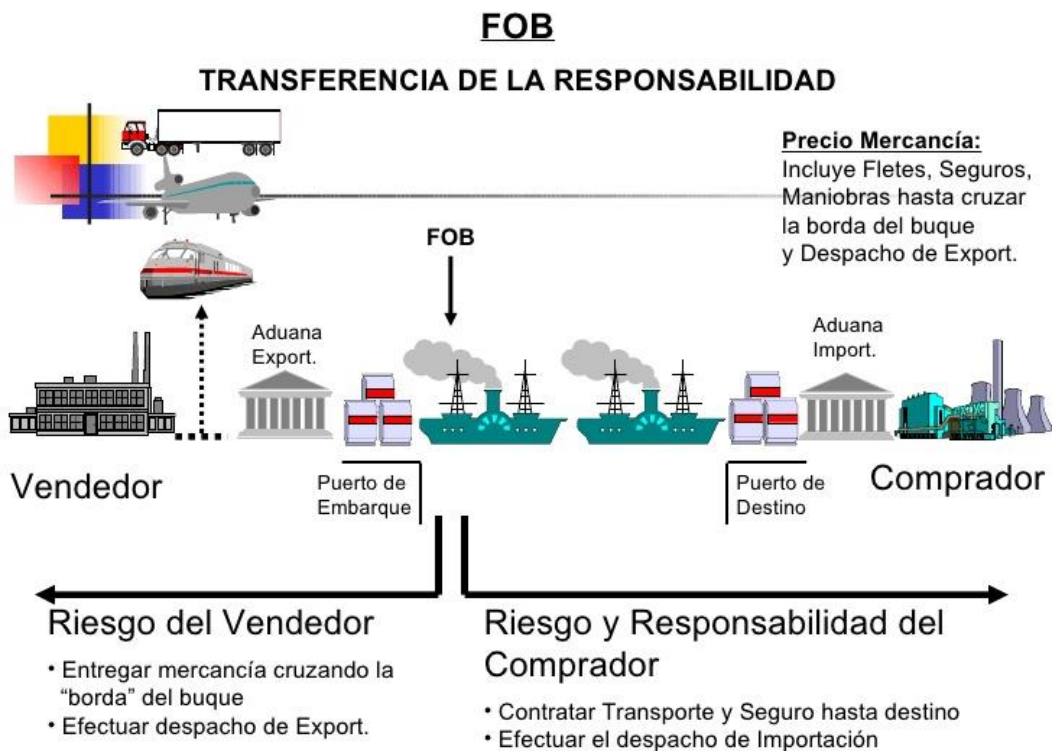


3.8 ICOTERM

El ICOTERM a utilizar es el FOB por sus siglas en ingles Puerto de carga convenido Libre, en donde el vendedor entrega la mercancía a bordo del barco indicado por el comprador en el puerto donde se realizará el embarque. De igual manera para este tipo de regla el vendedor tiene la obligación de realizar el despacho aduanero de exportación.

Es un ICOTERM utilizado muy comúnmente por las empresas y además se adapta muy bien para transporte marítimo y Fluvial, en la imagen 3.3 se puede observar la trasferencia de responsabilidades para esta regla:

Imagen 3.3 “Manejo del FOB”



3.9 EMPAQUE Y EMBALAJE DE LA MERCANCÍA

Contenedor de 40' que soporta un peso aproximado de 25,000 kg, lo que equivale a 12.5 mil toneladas y se utilizara en estibas de madera y enzunchados, ara acomodarlo de una manera que no se maltrate el producto, a continuación, se puede observar en la imagen 3.4 una representación del tipo de contenedor ya mencionado.

3.4 “Contenedor DE 40 pies”



CAPITULO 4 ANALISIS FINANCIERO

Un factor importante para la toma de decisiones al momento de comenzar un proyecto de expansión, exportación o creación de un negocio es conocer la rentabilidad y el beneficio que generara, es por ello que el presente capitulo muestras el análisis financiero de la empresa actualmente para saber si se encuentra en condiciones de exportar y en caso de ser viable cuáles serán las proyecciones de ganancias que tendría.

4.1 ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

La empresa RCA CONSTRUCCIÓN al mes de septiembre 2021 cuenta con la siguiente información financiera mostrada en la tabla 4.1 Estado de Resultados, la cual se expresa en pesos mexicanos y en donde se pueden observar los costo y ventas que se ha tenido, reflejando de momento se puede observar que es una empresa que al menos tiene solvencia, ya que sus pasivos no rebasan el total de sus activos, se puede decir que es una empresa sana y si en este momento se le cobraran sus pasivos, los podría pagar.

4.1 "Balance General de RCA CONSTRUCTIONS"

BALANCE GENERAL AL 01 DE SEPTIEMBRE 2021		
CIFRAS EXPRESADAS EN MILES DE PESOS		
ACTIVOS		
ACTIVO CIRCULANTE		
	CAJA	\$ 120,000.00
	BANCOS	\$ 560,000.00
	CLIENTES	\$ 1,643,000.00
	INVENTARIOS	\$ 1,250,000.00
	SUB CIRCULANTE	\$ 3,573,000.00
ACTIVO FIJO		
	MOV Y QUIPO DE OFICINA	\$ 54,000.00
	EQUIPO DE REPARTO	\$ 32,000.00
	MAQUINARIA	\$ 78,000.00
	SUB FIJO	\$ 164,000.00
ACTIVO DIFERIDO		
	GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 23,000.00
	GASTOS DE MARKETING	\$ 52,000.00
	PAPELERIA Y UTILEZ DE OFICINA	\$ 5,000.00
	PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	\$ 22,000.00
	SUB DIFERIDO	\$ 102,000.00
TOTAL ACTIVO		\$ 3,839,000.00

PASIVOS		
PASIVO A CORTO PLAZO		
	PROVEEDORES	\$ 121,000.00
	ACREEDORES	\$ 150,000.00
	ANTICIPO DE CLIENTES	\$ 600,000.00
	GASTOS PENDIENTES DE PAGO	\$ 145,000.00
	SUB PASIVO A CORTO PLAZO	\$ 1,016,000.00
PASIVO A LARGO PLAZO		
	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 76,000.00
	CUENTAS POR PAGAR	\$ 56,000.00
	SUB PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 132,000.00
TOTAL PASIVO		\$ 1,148,000.00

CAPITAL		
	CAPITAL SOCIAL	\$ 122,000.00
	UTILIDAD NETA	\$ 224,900.00
CAPITAL CONTABLE		\$ 346,900.00
TOTAL PASIVO +CAPITAL CONTABLE		\$ 1,494,900.00

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa.

En la tabla 4.2 expresada de igual manera en Pesos mexicanos se puede observar el estado de resultados, correspondiente al mes de septiembre del 2021, en el que se muestra el total de sus ventas y costos que tuvo durante ese mes corriente.

Es importante mencionar que estos reportes financiero son de suma importancia, ya que muestran la situación actual de la empresa, actualmente se puede ver que la empresa cubre sus costos y además genera utilidad, esto para instituciones crediticias, es importante ya que si la empresa decidiera pedir un préstamo para algún proyecto de crecimiento, o en este caso si buscara financiamiento para exportar, ya sea por bancos o algunos socios solicitaría los estados financieros, para saber si la organización es capaz de pagar y si es rentable.

Tabla 4.2 “Estado de Resultados de la empresa RCA CONSTRUCCIÓN”

ESTADO DE RESULTADOS SEPTIEMBRE 2021		
VENTAS NETAS	\$ 1,345,000.00	
COSTO DE VENTA	\$ 624,000.00	
UTILIDAD BRUTA		\$ 721,000.00
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 250,000.00	
GASTOS DE VENTA	\$ 125,000.00	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 130,000.00	
UTILIDAD DE OPERACIÓN		\$ 216,000.00
IMPUESTOS	\$ 121,100.00	
UTILIDAD NETA		\$ 94,900.00

4.3 PRECIO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO DE DESTINO

Otro punto importante que se debe de analizar para decidir exportar o no, es fijar un precio de venta, el cual tanto la parte compradora como la vendedora, deben elegir la divida en la que se llevara la compra-venta, en el mundo de los negocios, el dólar estadounidense sobresale como una moneda fácil de manipular y con la que todos los países están familiarizados, ya que se conoce como una moneda universal.

Al momento de establecer el precio se deben de tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Costo de producción
- Costo de transporte
- Costos de administración
- Costos de exportación
- Margen de beneficio
- Gasto
- Políticas de venta.
- Precios de mercado de destino

Para determinar el precio del producto, para este proyecto de exportación, se recurrirá a dos métodos importantes, el COST-LED PRICING y el PRICE-LED COSTING ya que con ellos se puede evaluar el precio de mercado y la demanda

del producto, que son dos factores de suma para saber el precio de mercado al que se ofertara un producto, en la tabla 4.5 se pueden observar las diferencias y usos de los métodos.

Tabla 4.3 “COST-LED PRICING Y PRICE-LED COSTING”

COST-LED PRICING	PRICE-LED COSTING
ENFOQUE BASADO EN EL COSTO	ENFOQUE BASADO EN EL VALOR
EVALUA DATOS CUALITATIVOS	EVALUA DATOS CUALITATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> 1) PRODUCTO 2) COSTO 3) PRECIO 4) VALOR 5) CLIENTE 	<ul style="list-style-type: none"> 1) CLIENTE 2) VALOR 3) PRECIO 4) COSTO 5) PRODUCTO
CONTEMPLA	CONTEMPLA
COSTO DE VENTAS + GASTOS DE OPERACIÓN + UTILIDAD DESEADA	PRECIO MAXIMO DEL MERCADO Y PRECIO MINIMO DEL MERCADO.

La empresa RCA CONSTRUCCIONS, se basará principalmente en el método costing-led pricing, ya que para exportar debe de asegurarse de cubrir sus gastos y costos, de esta manera puede ya ahora si recurrir al otro método para evaluar si el rango de los precios, y la preferencia del producto para saber si aumentar el precio o en muy pocos casos disminuirlo, por lo que en las tablas 4.4 y 4.5 se determinara el precio por ambos métodos.

Tabla 4.4 “Precio por método de COST-LED PRECING”

PRECIO VALUADO POR 120 MILLRES DE PRODUCCIÓN AL MES					
TC: 21.81					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL EN PESOS	VALOR TOTAL EN DOLARES
COSTOS VARIABLES					
LUZ	N/A	N/A	\$ 800.00	\$ 800.00	36.68042182
AGUA	N/A	N/A	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	45.85052728
MATERIA PRIMA					
ACEITE	TAMBOS	15	\$ 1,050.00	\$ 15,750.00	722.1458047
ARENA	METROS	3	\$ 200.00	\$ 600.00	27.51031637
BARRO	METROS	42	\$ 100.00	\$ 4,200.00	192.5722146
SUBTOTAL			\$ 1,350.00	\$ 20,550.00	942.2283356
TRANSPORTE DE CARGA	N/A	N/A	\$ 1,630.00	\$ 1,630.00	74.73635947
PEDIMENTO ADUANAL	N/A	N/A	\$ 800.00	\$ 800.00	36.68042182
VALIDACIÓN	N/A	N/A	\$ 300.00	\$ 300.00	13.75515818
PREVIO	N/A	N/A	\$ 600.00	\$ 600.00	27.51031637
TOTAL DE COSTOS VARIABLES			\$ 6,480.00	\$ 25,680.00	1177.441541
COSTO VARIABLE POR UNIDAD	1.07 PESOS				
COSTOS FIJOS					
MOVILIARIO Y EQUIPO	N/A	N/A	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	687.7579092
PAPELERIA	N/A	N/A	\$ 800.00	\$ 800.00	36.68042182
MANO DE OBRA					
PERSONAL DE PRODCCIÓN	N/A	N/A	\$ 4,000.00	\$ 16,000.00	733.6084365
PERSONAL DE VENTAS	N/A	N/A	\$ 5,000.00	\$ 10,000.00	458.5052728
CONTADOR	N/A	N/A	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	320.953691
GERENTE	N/A	N/A	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	366.8042182
TOTAL COSTOS FIJOS			\$ 39,800.00	\$ 56,800.00	2604.30995
TOTAL DE COSTOS			\$ 0.69	\$ 82,480.00	3781.75149
MARGEN DE UTILIDAD DESEADA	200%		\$ 2.06	\$ 247,440.00	11345.25447
PRECIO POR MILLAR	\$ 2,062.00		\$ 2.06	\$ 247,440.00	11345.25447

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa

Tabla 4.5 “Precio por método de PRICE-LED COSTING”

ANALISIS DE PRECIOS		
	PRECIO DEL TABIQUE EN MEXICO A PROVEEDOR	PRECIO DE TABIQUE EN COLOMBIA A PROVEEDOR
MAXIMO	\$2 POR PIEZA	\$2.76 POR PIEZA
MINIMO	\$1.10 POR PIEZA	\$2.0 POR PIEZA
PRECIO DE VENTA DE LA EMPRESA EN MÉXICO	\$1.50 POR PIEZA	SIN DATOS
PRECIO DE VENTA DE LA EMPRESA AL EXTRANJERO	\$1.68 POR PIEZA	SIN DATOS
	PRECIO DEL TABIQUE EN MEXICO A CLIENTE	PRECIO DE TABIQUE EN COLOMBIA A CLIENTE
MAXIMO	\$3.50 POR PIEZA	\$5.0 POR PIEZA
MINIMO	\$3.00 POR PIEZA	\$4.5 POR PIEZA
PRECIO SUGERIDO DE VENTA EN MEXICO	\$3.00 POR PIEZA	
PRECIO SUGERIDO DE VENTA EN EL EXTRANJERO	\$4.50 POR PIEZA	

4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un análisis para conocer el mínimo número de unidades que una empresa debe de vender para ser sustentable y saber a partir de qué punto tendrá ganancias o pérdidas es decir es el volumen en el que los ingresos totales son iguales a los costos totales, y se calcula de la siguiente forma:

$$Q = CF / P - CV$$

Q= PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL

CF = COSTOS FIJOS MENSUALES

P= PRECIO DE VENTA POR UNIDAD

CV= COSTOS VARIABLES POR UNIDAD

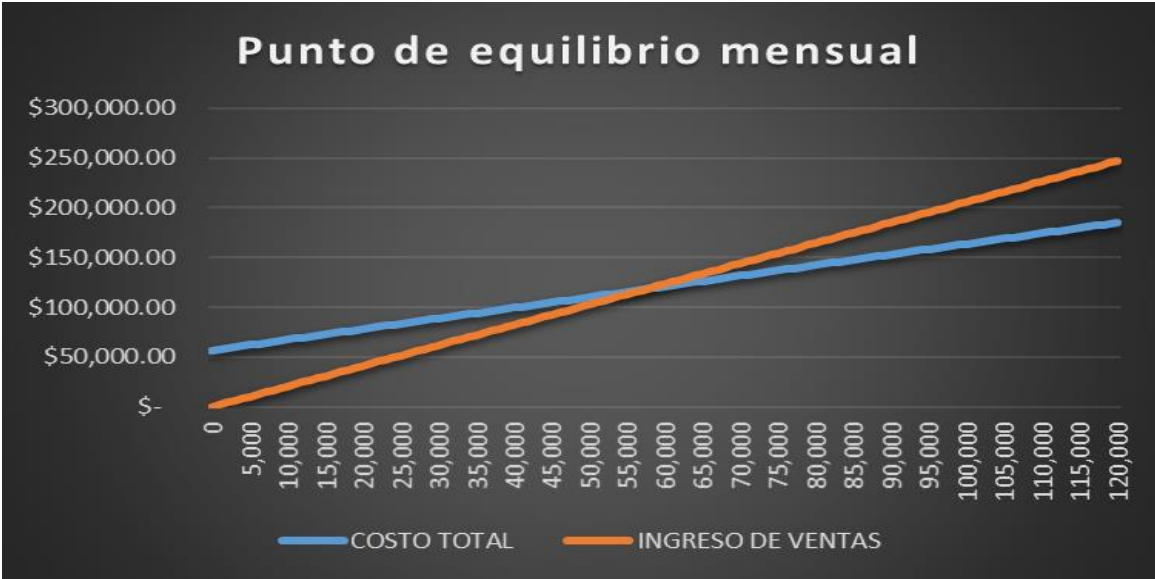
Sustituyendo la fórmula para los datos de la empresa RCA CONSTRUCTIONS, el resultado es el siguiente:

$Q = \$56,800 / (2.06-1.07) = 57,373.74$ unidades, por lo tanto, el ingreso de equilibrio es el precio de venta, multiplicado por la cantidad de equilibrio, dando un resultado de \$118,189.90.

Esto quiere decir que la empresa necesita vender por lo menos 57,373 unidades mensuales para no tener pérdidas, que es menos de la mitad de la capacidad de producción que tiene la empresa, lo que resulta un punto favorable, porque quiere

decir que se puede cubrir la demanda mínima. Para representarla de manera gráfica, se requiere conocer el costo total por unidad producida y vendida, el cual se calcula sumando el Costo Fijo, más el Costo Variable Unitario y multiplicado por la cantidad de unidad venida, de igual manera se requiere del ingreso por ventas, el cual se calcula multiplicando el costo de ventas por el número de unidades vendidas, para el presente proyecto se puede observar el punto de equilibrio de manera gráfica en el grafico 4.1:

Grafico 4.1 “Punto de equilibrio mensual de la empresa RCA CONSTRUCTIONS”



Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa

4.5 PRONOSTICO DE VENTAS A 5 AÑOS

La empresa RCA CONSTRUCTIONS, tiene por objetivo duplicar su venta nacional en el país extranjero, como se muestra en la tabla 4.7 expresada en pesos mexicanos, es importante mencionar que el (Banco de México, 2021) pronostica una inflación gradual promedio del 5.2 % para los años 2022, 2023, 2024 ,2025 y

2026, esto según su informe de “Encuesta sobre las Expectativas de los Especialistas en Economía del Sector Privado”

Tabla 4.6 “Pronostico de ventas”

INGRESOS POR VENTAS EN PESOS MEXICANOS	1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS	EGRESOS EXPRESADOS EN PESOS MEXICANOS	FLUJO DE FONDO
\$ 5,932,800.00	2,880,000 UNIDADES					\$ 1,979,520.00	\$3,953,280.00
\$ 6,241,305.60		2,880,000 UNIDADES				\$ 2,082,455.04	\$4,158,850.56
\$ 6,565,853.49			2,880,000 UNIDADES			\$ 2,190,742.70	\$4,375,110.79
\$ 6,907,277.87				2,880,000 UNIDADES		\$ 2,304,661.32	\$4,602,616.55
\$ 7,266,456.32					2,880,000 UNIDADES	\$ 2,424,503.71	\$4,841,952.61

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa

4.6 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

La empresa pronostica una inversión total basada en sus ventas por un total de \$10, 981,882 pesos mexicanos, ya que al momento cuenta con la maquinaria necesaria y el personal para poder cubrir el pronóstico de ventas requerido, ya que como se muestra en la tabla 4.7 razón financiera de actividad, la capacidad de producción es mayor a la rotación de inventarios, es decir tiene capacidad de producción. Aunque este indicador no es bueno, porque quiere decir que no vende el total de su mercancía, las empresas en sus estados financieros muestran utilidad, lo que nos indica 2 cosas:

1.- El producto muestra un alto porcentaje de utilidad.

2.- Para el caso de este proyecto de exportación es bueno que tenga más producción de la vendida, generando utilidad, ya que permite tener mercancía disponible para venta en el extranjero y capacidad de producción sin más inversión.

TABLA 4.7 "RAZÓN FINANCIERA DE ACTIVIDAD "	
ROTACIÓN DE INVENTARIOS	COSTO DE VENTA/INVENTARIOS
	\$62,4000 /1,25,0000
RESULTADO	0.4992 , QUIERE DECIR QUE NI UUNA VEZ SE HA LOGRADO MOVER EL TOTAL DE LA MERCANCIA EN ALMACEN
SE PUEDE CONOCER EL MAXIMO PORCENTAJE DE INVENTARIO QUE SE HA MOVIDO EN EL MES CORRIENTE DIVIDIENDO VENTAS NETAS / CLIENTES	
DANDO UNRESULTADO DE 81.86%	

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa

Se analizará el Periodo de Recuperación de la Inversión a 5 años, conocido por sus siglas en español como PRI, el cual nos permitirá saber en cuanto tiempo será cubierta la inversión inicial a valor presente, es importante mencionar que se tomara al igual que el pronóstico de ventas una tasa de inflación del 5.2%, en la tabla 4.8 se puede observar el resultado del ejercicio. Esto con el objetivo de saber que tan rentable es la empresa y con prontitud recuperara el dinero invertido para el proyecto si decide exportar.

Para llegar al resultado del PRI se ocuparon datos como: Flujo de ingresos, egresos, los cuales dependieron del total de ventas pronosticadas para los 5 años,

los valores de ventas se tomaron con un promedio actual de las ventas realizadas en los últimos años por la empresa. El Método a utilizar es el que propone (Baca,2001) que consiste en calcular el valor neto actual de la inversión total a 5 años considerando la inflación promedio pronosticada, e ir acumulando los saldos acumulados, que son resultado del pronóstico de ventas. Y al final calcular la tasa interna de retorno (TIR), para conocer la rentabilidad que tiene el proyecto si decide exportar.

TABLA 4.8 “PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN, EXPRESADA EN PESOS MEXICANOS”

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE FONDO	-\$10,981,882.78	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00
SALDO ACTUALIZADO 5.2%	-\$10,981,882.78	\$ 3,757,870.72	\$ 3,572,120.46	\$ 3,395,551.77	\$ 3,227,710.80	\$ 3,068,166.16
SALDO ACTUALIZADO	-\$10,981,882.78	-\$ 7,224,012.06	-\$ 3,651,891.60	-\$ 256,339.83	\$ 2,971,370.97	\$ 6,039,537.14

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa.

El valor neto actual para este proyecto, se calculó con la suma del saldo actualizado al 5.2 % anual, el cual arrojo un resultado de \$17, 021,419.92, con una Tasa Interna de Retorno del 23% lo que resulta favorable, ya que es 17.8 % más que la tasa de inflación, es decir en 5 años la empresa recuperara \$6, 039,537.14 millones de pesos más que la inversión inicial y en 3.03 años recuperara el total de su inversión.

4.6 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

En el área financiera el Valor presente Neto permite conocer que tanto se puede maximizar la inversión en el mediano y largo plazo, con el objetivo de evaluar la viabilidad que tiene un proyecto.

El instituto Europeo de Posgrado 2018 nos muestra la siguiente forma para calcular el Valor Presente Neto, en donde es necesario tener en cuenta los siguientes factores:

- Inversión inicial (I^0): desembolso que se plantea hacer en el momento. Al ser una inversión aparecerá en negativo en la fórmula, el cual para este proyecto es de -10981882.78 pesos mexicanos.
- Inversiones durante el proceso: si se realizan nuevas inversiones además de la inicial. (No se tiene registro)
- Flujos netos de efectivo (F): diferencia entre ingresos y gastos que se prevén a lo largo de la vida útil del proyecto, que la empresa tiene calculado un monto total de \$39,532,80.00 pesos mexicanos
- Tasa de inflación esperada (k): Sirve para estimar el aumento que se genera de manera anual por motivos de inflación y se mide en porcentaje, la cual se estimó para este caso con datos de la secretaria de economía que arrojó un promedio del 5% anual.
- Periodo (n): número de periodos que dura el proyecto, que es de 5 años para este proyecto.

La fórmula sería la siguiente, atendiendo al sumatorio de cada entrada y salida del efectivo a la que se descuenta su Valor Presente:

$$VPN = -I^0 + [F_1 \div (1+k)_1] + [F_2 \div (1+k)_2] + [F_3 \div (1+k)_3] + [F_4 \div (1+k)_4] + \dots + [F_n \div (1+k)^n]$$

Aplicando la formula en una tabla de Excel como se puede observar en el anexo 4 (Calculo del van) en donde se calcularon con información de la empresa los flujos de efectivo esperados a 5 años el resultado fue el siguiente:

$$VPA = \$6,039,537.14 \text{ (Expresado en pesos mexicanos)}$$

A lo que podemos interpretar lo siguiente:

Es un resultado positivo lo que indica que supera la rentabilidad mínima esperada, es decir se recupera la inversión y se tienen un ingreso extra de \$6,039,537.14 por lo tanto el proyecto generará valor y es conveniente realizar la inversión. Teniendo en cuenta ese dato se realizó un cálculo en Excel sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) que tiene el proyecto, para conocer la tasa de interés o rentabilidad que ofrece la inversión, la cual arrojó un resultado del 23%, la cual es muy favorable.

CONCLUSIÓN

Una vez que se analizó si la empresa es viable, rentable a través de sus estados de resultados y sus múltiples análisis financieros, que fueron herramienta fundamental para saber de primera estancia si se cuenta con el recurso para poder exportar y luego conocer en qué tiempo se puede recuperar la inversión del presente proyecto, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- A través del análisis de precio del producto, se pudo ver que el porcentaje de utilidad es muy alto y atractivo, dado que el rendimiento en caso de que la proyección de ventas sea cumplida.
- Se puede observar que su capacidad de producción es más alta a las ventas totales, lo que nos indica que actualmente la empresa tiene capacidad de producción.
- La empresa tiene oportunidad y facilidad de entrar al mercado sin complicaciones, puesto que se cuenta con tratados internacionales, cuenta con un mercado potencial alto y es un área comercial poco explorada y competitiva en el país de origen.
- Los años de experiencia en la producción, venta y distribución de la empresa es un punto importante, ya que le podría permitir tener buena negociación ya que conoce su producto y lo que implica su elaboración y costos, al momento de establecer un precio final.
- La rama de la negociación es un área que tiene una demanda constante, debido a la población acelerada que se tiene y a la inversión en infraestructura que realizan los gobiernos.

Como conclusión final y derivado de la investigación realizada para este anteproyecto de exportación, se pudo observar que, si bien la empresa tiene

capacidad de producción, se encuentra estable y actualmente es rentable, no cuenta con un plan de crecimiento proyectado, y si bien la estrategia de venta es a través de terceros , al ser un mercado con un mercado muy amplio, puede que no satisfaga la demanda solicitada, además de que no cuenta con una estrategia al momento que le de valor al producto.

Se finaliza la conclusión dando respuesta a la pregunta de investigación de la siguiente manera: Los resultados del análisis financiero son favorables, lo que indica que el proyecto es rentable y viable, sin embargo, antes de decidir exportar se tiene que realizar un proyecto ya de exportación en donde incluya:

- Propuesta de mejora en los procesos por la alta demanda del producto, que le permita mejorar costos, ahorrar tiempo y aumentar aún más la producción.
- Crear una estrategia que le genere valor al producto, se tiene que indagar en la investigación de procesos sustentables para el cuidado del medio ambiente, para mejorar la estrategia de entrada al mercado y dar valor al producto.
- Realizar una proyección de crecimiento empresarial, en donde se analicen opciones de financiamiento, para inversión en maquinaria, mobiliario, contratación de personal e investigación para mejora del producto.
- Incluir una investigación más a fondo sobre leyes que regulan la producción de tabique, en cuestión de cuidado al medio ambiente y permisos que solicita el país de destino.
- Se propone realizar una propuesta de alianzas estratégicas con empresas de la zona.

BLIBLIOGRAFIA

Arias, A. S. (2015). Comercio.

bagundo, g. (24 de julio de 2017). *La izquierda diario*. Recuperado el 21 de abril de 2021, de <http://www.laizquierdadiario.com/Del-GATT-al-TLCAN-Mexico-cumple-31-anos-de-desregulacion-y-apertura-comercial>

Bautista, G. B. (2015). *Clasificación de las empresas en México* . Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo .

Chochi (Dirección). (2019). *¿Que es el capitalimso?* [Película].

Domínguez, I. J. (2017). *Industrialización por sustitución de. uam* .

Económia, S. d. (2009). *Pagina oficial de la Secretaria de Económia* . Recuperado el 27 de Septiembre de 2021, de https://www.economia.gob.mx/files/marco_normativo/A539.pdf

GATT. (1983). *Informe del grupo de trabajo de la adhesión de México*. Ginebra Suiza .

Juman, H. (24 de FEBRERO de 2015). *SILDESSHARED*. Recuperado el 09 de 02 de 2021, de <https://es.slideshare.net/juanmanuel1994/linea-del-tiempo-del-comercio-internacional>

Palacios, J. C. (23 de 06 de 2021). Desarrollo tecnológico en la primera revolución industrial». *Revista de Historia. Revista de Historia*, 17.

Raffino, M. E. (22 de Septiembre de 2020). *Comercio*. Recuperado el 09 de 02 de 2021, de Concepto.de : <https://concepto.de/comercio/>

Reyes, L. A. (marzo 2018). *Tratados Comerciales de México*. CENTRO DE DOCUMENTACIÓN INFORMACIÓN Y ANALISIS .

Roldán, P. N. (marzo de 2018). *Economipedia* . Recuperado el 19 de Abril de 2021, de <http://economipedia.com>

Roldan, P. R. (2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia.

Significados. (2020 de 03 de 30). *Significados*. Recuperado el 24 de Junio de 2021, de Significados: <http://www.significados.com/neoliberalismo/>

Submanian, D. A. (1991). *Secretaría del Gatt Ginebra*. Recuperado el 28 de Junio de 2021, de Secretaría del Gatt Ginebra: https://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/IRI%20COMPLETO%20-%20Publicaciones-V05/Publicaciones/L2/L205.htm

Ugarte, J. L. (2004). HISTORIA DE LA GLOBALIZACIÓN. 24.

Vela, A. (04 de 03 de 2018). Historia del comercio. España.

Wadgyamar, A. O. (1985). Memorandum de Entendimiento Comercial México-Estados Unidos. En I. d. UNAM, *Momento Economico* (págs. 9,10). México.

YULIANA AMARILES RODAS, Y. R. (6 de marzo de 2014). *ELABORACIÓN PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA LADRILLERA*. (I. D. PROFESIONAL, Ed.) Recuperado el 25 de Septiembre de 2021, de https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/Emprendimiento/2018_1/Publicaciones/proyecto_plan_exportador_ladrillera_occidente_admon.pdf

Blanota.com.co/noticias/barras/Noticias/Noticia2796.php - 39k CONEXPO. Departamento de Mercadeo de Corferias. Octubre 28 de 2001. <http://www.santafe.com.co> http://www.constru.web.co/empresas/anfalit_Nuevo/estadisticas.htm Jaramillo Botero. Mauro. Estudio sobre arcillas. fabricación de ladrillos: métodos y maquinarias mampostería de ladrillo reforzado y tablas para su calculo, tesis de grado, Universidad Nacional de Colombia sede Medellín, 1949

ANEXOS

Anexo 1 “Arquitectura de Medellín Colombia”



Anexo 2 “Tabique Rojo Mexicano “



Anexo 3 “Proceso y materiales”





Anexo 4 "Calculo del VPN"

ANÁLISIS FINANCIERO CAP444 - Microsoft Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista

Calibri 11 Fuente Alineación Moneda \$ % 000 +0 -00

CONCATENAR =VNA(B10|C7:G7)

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	PERIODO DE RECUUPERACIÓN (PREI)							
2								
3	VNA (VALOR NETO ACTUAL)	=VNA(B10 C7:G7)		VAN		\$ 6,039,537.14		
4	TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)	$\text{=VNA(tasa valor1 valor2 valor3 ...)}$						
5	PR							
6	AÑOS	0	1	2	3	4	5	
7	FLUJO DE FONDO	-\$10,981,882.78	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00	\$ 3,953,280.00	
8	SALDO ACTUALIZADO 5.2%	-\$10,981,882.78	\$ 3,757,870.72	\$ 3,572,120.46	\$ 3,395,551.77	\$ 3,227,710.80	\$ 3,068,166.16	
9	SALDO ACTUALIZADO	-\$10,981,882.78	-\$ 7,224,012.06	-\$ 3,651,891.60	-\$ 256,339.83	\$ 2,971,370.97	\$ 6,039,537.14	
10	TASA DE INFLACIÓN		5.2%					
11								
12								
13								
14		3.031548223						
15								
16								
17								
18								