

Capítulo 4 Situación actual del mercado de artesanías en México

4.1 Análisis general del mercado

Hoy en día, la industria cultural constituye uno de los sectores más importantes en los países Iberoamericanos, incluyendo aquí, a México (www.sedeco.com).

La artesanía en México refleja la diversidad cultural y la riqueza creativa de nuestros pueblos y nuestros antepasados.

La fabricación de artesanías, representa un recurso económico para los millones de artesanos que viven de ella y que por medio de cooperativas y sociedades, exportan sus productos a países miembros de la Unión Europea, Canadá, Estados Unidos, por citar algunos. Según registros del INI-CONAPO (2002), existe un total de 33, 730,210 millones de indígenas en México. El 43.6% de esta población de artesanos indígenas recibe diariamente un ingreso de 2 salarios mínimos aproximadamente, mientras que el resto de la población está por debajo de los 2 salarios mínimos.

Del total de población indígena, 9, 348,109 (28.7%) dedican su vida a actividades del sector secundario, por lo que la producción artesanal en México representa una pequeña porción de la economía global. Esto se debe a la realidad que vive el sector artesanal; actualmente las posibilidades de acceso a la educación son bajas para estas personas, la falta de mecanismos de producción y la cultura y visión de vida de los artesanos retrasan el crecimiento de este sector.

Hoy en día se encuentran inmersos en esta problemática diversas instituciones públicas sean de orden federal, estatal o municipal para fomentar, promover y organizar la actividad artesanal. También forman parte de este sector, personas físicas y morales que se dedican a la actividad artesanal.

Para atender a las demandas del sector artesanal en México, existen dependencias como SEDESOL, SEDECO, FONART, entre otras, las cuales ofrecen apoyo al sector artesanal para colocar sus productos, o bien aconsejarlos sobre como dirigirse para promover sus productos. También se realizan seminarios, foros, encuentros, congresos, ferias por medio de la Comisión de Artesanías, con el objetivo promover la venta de productos artesanales mexicanos.

Las principales causas por las que el sector artesanal se ha mantenido estático, son las siguientes.

- Falta de una política gubernamental en materia artesanal bien definida.
- Falta de inversión.
- Ausencia de criterios oportunos de producción.
- Falta de estímulos fiscales.
- No existe un modelo de producción artesanal que permita reproducirse por sí mismo y en condiciones diferentes. Recordemos que las condiciones de trabajo y las materias primas son diferentes en las diferentes regiones del país.

Las artesanías mexicanas se encuentran contempladas dentro del sector Regalos y Decoración y está dirigida a un nicho de mercado extranjero, en su mayoría miembros de la Unión Europea, Canadá y Estados Unidos (Bancomext, 2005). Otros sectores que se encuentran enfocados actualmente a nichos de mercados ubicados en los países mencionados son los de textil y confección, muebles, floricultura y alimentos procesados.

Cabe mencionar que a pesar de la situación que vive la población artesanal, la producción del sector ha traspasado las fronteras mexicanas, ya que existen empresas a lo largo del país que se han desarrollado satisfactoriamente como es el caso de Talavera ANSAR S.A. de C.V. situada en la ciudad de Puebla o Artesanías Erandi S.A. de C.V. situada en la ciudad de Tonalá, Jalisco. Estas empresas se encuentran preparadas para realizar actividades Internacionales como la exportación a países como Estados Unidos, Canadá y algunos países miembros de la Comunidad Europea ya que han desarrollado un sistema administrativo eficaz que les ha permitido el desarrollo y crecimiento empresarial.

Esto se refleja en los datos proporcionados por la Secretaría de Economía, los cuales indican un porcentaje constante en las exportaciones de manufactura tradicional, y un incremento con una diferencia positiva de 11,467 millones de dólares en el registro que va de 2004 a 2005 (www.economia.gob.mx)

Actualmente existen alrededor de 12 mil empresas en el sector artículos de regalo y decoración. El 98% de estas empresas son micro y pequeñas y en la mayoría de los casos cuentan con una estructura administrativa del tipo familiar (www.fonart.gob.mx).

Ahora bien, de este universo de empresas, sólo el 12% exporta, en su mayoría productos de barro y cerámica, joyería de plata, bisutería en general, velas y artículos de madera, pewter, vidrio y hierro forjado. Es aquí donde se refleja la necesidad de incrementar el apoyo a este sector, que aunque tiene el potencial y los productos presentan fortalezas considerables, no ha podido desarrollarse como debería (www.fonart.gob.mx).

En cuanto a su ubicación geográfica, se tiene registrado que alrededor de mil empresas que realizan actividades exportadoras se localizan en el Distrito Federal, Jalisco, Guerrero, Nuevo León, Estado de México, Puebla, Baja California y Guanajuato; sin embargo, en casi toda la República Mexicana se cuenta con alguna empresa dedicada a esta actividad, por lo que se entiende que las 11,000 empresas restantes están esparcidas por todo el país (Bancomext, 2005).

Los productos que han logrado posicionarse en el mercado extranjero son la Talavera (Puebla), el barro negro (Oaxaca), muebles de madera (en mayor proporción estados del Sureste del país), tejidos de mimbre (Tabasco), artículos de decoración en barro (sureste del país), textiles bordados a mano (se extienden los diferentes estilos a largo del país), cerámica (sureste del país), repujado (Zacatecas), manta (centro-sureste del país).

Para lograr que las empresas mexicanas se posicionen, han intervenido diversas dependencias gubernamentales y no gubernamentales, dentro de las primeras tenemos a la Secretaría de Desarrollo Económico, la cual regula la Ley Federal de Fomento a la Microindustria y la Actividad Artesanal. A su vez, Bancomext ha fungido como intermediario entre los productores nacionales de artesanías, comercializadoras y empresas importadoras de productos artesanales mexicanos.

A su vez el programa Pymexporta ha aportado apoyo relevante fomentando y en algunos casos financiando la actividad de exportación de pequeñas y medianas empresas a lo largo del país.

Más, a pesar de lo anterior, no basta sólo el intento de incrementar la actividad de comercio internacional en nuestro país, sino que es necesario concentrarse en ello para

lograrlo. Algunos puntos considerados por Bancomext al realizar negociaciones internacionales son los siguientes:

- Aprovechar las oportunidades del Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México para incrementar y diversificar exportaciones.
- Aumentar la participación en países de Europa del Este.
- Apoyar a las empresas exportadoras para posicionar sus marcas dentro de los Mercados Extranjeros.
- Establecer centros de distribución en los países importadores.
- Atraer la inversión extranjera directa interesada en el sector artesanal.

Para agilizar la realización de los puntos anteriores, Bancomext ha dividido al mercado extranjero en nichos; estos constituyen un aspecto fundamental al administrar el trabajo y las actividades de Comercio Internacional, ya que permite a los empresarios mexicanos contar con la información sobre oportunidades específicas de negocio donde incorporar sus productos artesanales en los diferentes mercados así como conocer las necesidades de otros nichos de mercados que serían considerados como oportunidades de negocio.

Aunque aún no logra alcanzar los niveles de crecimiento que tuvo en los últimos años, el sector de regalos, entre ello las artesanías, se ha recuperado en el entorno internacional; sin embargo, ahora más que nunca se presenta una dificultad para este sector, el cual es la presencia estratégica de los productos asiáticos. La estrategia de distribución y su bajo precio hacen de estos productos el principal competidor para las artesanías mexicanas.

Cabe mencionar que, lamentablemente en nuestro país este sector se encuentra grandemente disgregado y por diversas razones se ha observado un incremento en las importaciones (en especial, de países asiáticos). Esto resulta contradictorio, debido a que aunque existe la demanda en los países mencionados anteriormente, la actividad comercial no se ha visto lo suficientemente activa como en otros años (www.economía.gob.mx).

Igualmente, se da el cierre de empresas fabricantes debido al incremento de las importaciones y al insuficiente apoyo a la actividad artesanal. También se presenta el caso de que estas empresas que comenzaron como fabricantes y exportadoras de sus productos, se han convertido en importadoras de determinados bienes, a los cuales les dan un valor agregado y los venden en el mercado nacional.

Para evitar que esto siga aumentando, por parte del FONART se realizó un Foro Nacional Artesanal y se consolidaron 5 equipos distribuidos en la República Mexicana que se encargarán de desarrollar los siguientes temas. 1) Un padrón Nacional de Artesanos, 2) Registro de marcas colectivas, 3) Artesanía y medio ambiente, 4) Diseño artesanal y 5) Manualidades y Artesanía.

Esto con el objetivo de tener un registro de todas las empresas artesanas, el promedio de ventas anuales tanto en el país como en el extranjero, la demanda de sus productos, la creación de nuevos diseños, el ambiente que beneficia o perjudica el avance de las artesanías mexicanas.

Así, se tendrá un registro más cerca de la realidad de la población de artesanos y se podrá ayudar a las empresas a en su desarrollo tanto nacional como internacional, todo esto por medio de programas de fomento a la actividad artesanal.

4.2 Mercado de artesanías en la Región Centro – Sureste del país

En la Región Centro – Sureste del país, el sector de artesanías no se encuentra en su totalidad estructurado. En algunas zonas, la artesanía no es considerada actividad económica fuerte, por lo tanto no existe una administración formal ni búsqueda de nuevos mercados.

Esto significa, que no existe una derrama económica representativa, por lo que gran mayoría de la población artesanal decide abandonar esta actividad y dedicarse a otra en donde se le remunere una mayor cantidad de dinero.

A continuación se presentará la situación general actual en materia de artesanías de los Estados de la Región Centro – Sureste que se tomarán en cuenta para la realización de este plan de Negocios de Exportación. Los estados que se tomarán en cuenta para el plan son Puebla, Oaxaca, Chiapas, Yucatán, Veracruz y Tabasco.

Puebla

En dicho estado hay empresas con décadas de experiencia en el diseño, fabricación, comercialización de artesanías de manera nacional e internacional. Las artesanías más representativas del Estado son las siguientes.

Tabla 4.1 “Artesanías Puebla

Principales Artesanías de Puebla
<ul style="list-style-type: none"> • Mármol • Talavera • Loza Roja • Onix • Barro • Pewter • Metalistería • Papel Mache • Cerámica de maderas, cuadros prehispánicos • Vidrio prensado • Esferas • Vitrales

Fuente: www.puebla.gob.mx

En casi todo el Estado de Puebla, los artesanos dedican su vida a realizar objetos de barro. El más claro ejemplo de esto son los cántaros, las vasijas, las ollas, los comales, las figuras para el Día de Muertos, así como las piezas de mayólica o Talavera.

En el poblado San Pablito se diseñan figuras con amate. Huaguechula y San Salvador trabajan el papel china picado y fabrican caballitos de cartón. En Cuetzalan y Zozocolco, transforman la vainilla en figuras aromáticas. Hacia el norte y centro de Puebla, se realizan blusas, huipiles, enredos, fajillas, rebozos, morrales, sarapes, cobijas y materiales de lana y algodón. Con madera, son fabricados muebles con incrustaciones de marfil o de nácar.

Miles de familias en el Estado de Puebla se dedican a las artesanías rurales y urbanas. Por lo general el taller forma parte de la casa. El resultado de los ingresos depende de la cooperación de todos los miembros de la familia. (www.puebla.gob.mx)

Las ganancias ayudan para la subsistencia diaria, ya que los artesanos poblanos son, en su mayoría, campesinos o peones rurales. En Puebla se dan, básicamente, dos tipos de comercio con lo que respecta a las artesanías. Uno con intermediarios y la otra, con los consumidores directos. (www.puebla.gob.mx)

Según los datos obtenidos por medio de la encuesta nacional de empleo publicada por el ITAM en el año 2003, existen registrados un total de 576,818 artesanos y ayudantes de artesano, de los cuáles sólo 10,844 perciben como forma de vida el comercio, y 103,607 se dedican a servicios personales.

Lo anterior significa que al igual que otros estados de la República, en Puebla el sector artesano se encuentra bajamente apoyado por el Gobierno Federal.

Oaxaca

El estado de Oaxaca se ha caracterizado por tener un impacto internacional por lo atractivo que resultan para otros mercados sus artesanías. Esto permite vincularse con formas específicas de promoción y venta artesanal. En el sector artesanal, el cual es de las actividades productivas más importantes del Estado, se ocupan 400 mil artesanos, los cuales representan el 11.77 % de una población de 3, 438,785 mil habitantes (www.biblioteca.itam.mx).

El 80% de esta población de artesanos son mujeres, lo que representa un dato curioso si lo comparamos con las estadísticas de décadas atrás donde se encontraba al hombre como mayoría dentro del sector artesanal.

Es importante señalar que este sector vive mayormente en condiciones de extrema pobreza y que está compuesto por miembros de pueblos indígenas que se encuentran dispersos en las ocho Regiones que conforman el estado de Oaxaca.

Las ramas artesanales de mayor importancia en el Estado son la alfarería, cerámica, textiles, artículos de piel, cestería, cuchillería, talla de madera, orfebrería, cantería y metalistería. La región con mayor producción en todo el estado es Valles Centrales (www.oaxaca.gob.mx).

El proceso productivo de artesanías se caracteriza por el trabajo manual, la utilización de instrumentos rudimentarios, materias primas de origen natural y la aplicación de métodos y técnicas tradicionales. Esto último causa aislamiento e informalidad en la producción del sector ya que la gente no tiene una visión de negocio en su actividad diaria y por ende, la producción de artesanías no tiene un grado de incidencia significativo en el contexto económico estatal.

Precisamente para promover esa visión de negocio se han formulado programas adecuados, cuya implementación es necesaria para lograr comercializar los productos artesanales oaxaqueños en mayor escala a nivel Internacional.

El nombre del programa es “Exportación de artesanía” y consiste en promover el contacto entre inversionista y artesano para exportar los productos artesanales oaxaqueños. Por medio de este programa se beneficia grandemente el sector artesanal y el nivel de vida de los que pertenecen a este.

Cabe mencionar que para que la realización de este programa, el Instituto Oaxaqueño de Artesanías ofrece gratuitamente los siguientes servicios:

- Empaque acorde a las necesidades del producto
- Envío Internacional
- Trámites de exportación

- Certificado de origen.

Veracruz

El estado de Veracruz es rico en la exportación de café, siendo uno de los principales productores de café en el país y posicionándose como líder del mercado. Sin embargo, también juega un papel importante la realización de artesanías en todas las regiones del estado.

Los artículos de palma y jarcería son propios en La Huasteca, las figurillas de vainilla en Totonacapan, alfarería en el Istmo y las Grandes Montañas, textiles de lana en las Grandes Montañas y las Llanuras de Barlovento, instrumentos musicales en La Huasteca y los artículos de carey (bisutería de carey) se realizan en las Llanuras de Barlovento (www.veracruz.gob.mx).

De acuerdo a la encuesta nacional de empleo realizada por el ITAM en el año 2003, se sabe que Veracruz cuenta con un total de 542,962 artesanos y ayudantes de artesano que están activos y que viven de esta actividad. Al igual que para los otros estados, este dato sólo contempla a los individuos que participaron en el registro. Se sabe que existe una población mayor de artesanos en el estado que no se encuentran registrados en ninguna base de datos pero que tienen actividad económica activa.

Tabasco

Dentro del gobierno del estado, existe el IFAT (Instituto para el Fomento de las Artesanías de Tabasco). Este llevó a cabo un programa de fomento (2003) ante el Fondo de Fomento para la Integración de las Cadenas Productivas, con recursos de la Secretaría de Economía y el Gobierno del Estado. En el 2004, por medio de este programa se logró ayudar en forma directa a 68 grupos integrados por 540 artesanos y de manera indirecta 28 comunidades y 12 municipios del Estado que modernizarán talleres de 9 ramas artesanales.

Dentro del IFAT, existe un programa por parte del Departamento de Promoción y Comercialización, para comercialización de los productos artesanales, cuyo objetivo es diseñar criterios generales y estrategias a favor de los programas de promoción y comercialización para los productos elaborados por artesanos de Tabasco.

Actualmente existen 5 tiendas ubicadas en la ciudad de Villahermosa, donde los artesanos pueden depositar con entera confianza sus productos y estos son vendidos tanto al mercado nacional como Internacional.

El Departamento de Promoción y Comercialización, realiza también ferias comerciales, exposiciones, foros, congresos y la atención a clientes que deseen hacer labor de venta nacional o de exportación de los productos artesanales Tabasqueños.

Recordando los cinco equipos impulsores de la artesanía mexicana 1) Un padrón Nacional de Artesanos, 2) Registro de marcas colectivas, 3) Artesanía y medio ambiente, 4) Diseño artesanal y 5) Manualidades y Artesanía; Tabasco se figura como el líder nacional de diseño artesanal, dadas las innovaciones y avances que se han logrado en la creación de artículos de corte contemporáneo y a su vez, conservando los elementos de identificación de la Región y el pleno respeto de las técnicas que los artesanos tienen.

Como resultado del Programa de Diseño y Capacitación, en el 2005 se generaron cerca de 345 nuevos productos en 312 asesorías a artesanos de 24 comunidades. Logrando así que las artesanías tabasqueñas sean decorativas, contemporáneas y funcionales (www.ifat.gob.mx)

En tabasco, las ramas artesanales que son trabajadas son la piel (Central, Balancán, Tenosique y Centro, Bordado (Región de la Chontalpa), Hueso (Tecoluta, Nacajuca).

Actualmente en Tabasco se tiene un programa de credencialización confiable con una base de datos de sólo 450 artesanos, el cual sigue en proceso de expansión para tener un registro completo.

Según la encuesta realizada en 2003 por el ITAM, se obtuvo un total de 165,583 artesanos y ayudantes de artesanos en Tabasco.

Cabe mencionar que esta cifra es sólo la que se obtuvo durante la aplicación de la encuesta y que se tiene conocimiento que existen artesanos activos que no están registrados en ninguna base de datos. Esta situación no sólo se da en Tabasco, sino en todo el país sumando un total de más de 8 millones de artesanos activos que no cuentan con ningún tipo de apoyo y que no se encuentran contemplados en algún registro nacional.

Chiapas

Es uno de los estados con más riqueza artesanal en todo el país. Las principales artesanías por las que el Estado se caracteriza son los textiles, alfarería, talabartería, metalistería, jarciería y trabajos con ámbar. Estos últimos son admirados a nivel nacional e internacional.

Actualmente el Instituto de Artesanías de Chiapas está enfocado en ser una Institución que responda de manera eficaz y eficiente a las demandas del mercado, generando con ellos un beneficio social y vida digna a quienes se dedican a la producción de artesanías. (www.finanzaschiapas.gob.mx)

Dentro de los principales objetivos que se ha planteado el Instituto encontramos el mejorar la producción y productividad artesanal en los Municipios del Estado de Chiapas y con esto, lograr un mejor posicionamiento en el mercado para promover la artesanía. Esta promoción atraerá mayores recursos que servirán como divisas para el Estado y reactivará la economía.

Existen alrededor de 300,000 artesanos en el Estado, por lo que es primordial que se realice un desarrollo en las comunidades dedicadas al sector artesanal con el objetivo del fortalecimiento de la economía familiar de estas personas. Del total de artesanos, el 60% son mujeres, lo que explica que en Chiapas predominan las mujeres artesanas. (www.finanzaschiapas.gob.mx).

Por otro lado, la actividad de este sector presenta deficiencias al igual que en otros estados de la República, lo que no ha permitido un crecimiento gradual y estable. Estas deficiencias son la falta de organización para la producción, encarecimiento de los insumos, competencia, ausencia de control de calidad, competencia desleal.

Yucatán

La población de artesanos Yucatecos se suma a más de 25,000 personas que trabajan en 20 diferentes ramas artesanales, entre las que destacan piezas originales de fibras naturales, alfarería, joyería, concha y caracol, cuerno de toro, madera, bordado a máquina y en hilo contado, urdido de hamacas y las piedras características de la región.

La elaboración de hamacas se realiza en gran número de los municipios de Yucatán. Estas son consideradas producto representativo del Estado y se ha ido captando mercado Internacional tanto para el mercado de textiles como para el de joyería en diversos países, entre los que destacan Italia, Alemania, Holanda, Noruega y Suiza.

Según el registro del aeropuerto de Mérida, en el 2003 se realizó un total de exportaciones de 6, 097, 267 kilogramos. De este total el 60% fue de Textiles y el 25% de joyería, abarcando así la mayoría del total de volumen de las exportaciones vía aérea.

Yucatán es el principal centro de manufactura de joyería del sureste del país y el quinto a nivel nacional. Esto se debe a que se cuenta con un sector joyero que exporta a diferentes mercados internacionales, así como la presencia de empresas nacionales y extranjeras dedicadas al engarce, pulido y modelado en cera, así como al fundido tradicional. En total, el sector da empleo a más de 3,500 empelados que han mejorado su nivel de vida.

Es por esto y por muchas razones más que el Gobierno del Estado tiene el propósito de apoyar este sector capacitando y dando a conocer los trabajos que realizan los artesanos Yucatecos (www.sedeincoyuc.gob.mx).

4.3 Situación de la exportación actual del mercado de Artesanías

México ha presentado una leve recuperación en lo que al sector de artículos de regalo y decoración se refiere. Sin embargo, aún no logra alcanzar los niveles de crecimiento que tuvo en los últimos años (2000-2002). A su vez, la competencia en los mercados internacionales ha aumentado, haciéndose cada día más presentes los productos asiáticos alrededor del mundo.

Se sabe que nuestro país es un importante proveedor de artículos de regalo para Estados Unidos, por lo que la situación económica de este país afecta al sector directamente. Es por esto que se ha hecho énfasis en aumentar las exportaciones a la Unión Europea ya que aunque los países miembros de esta son productores de artículos de regalo y decoración, también son importadores de los mismos.

La tendencia al consumo de los productos de este sector está muy orientada al diseño, conjuntamente con la utilidad del producto y los hábitos de consumo, lo cual varía para cada mercado (Bancomext, 2005).

4.3.1 Comercio Exterior

Las exportaciones totales registradas en el 2003, en este sector integrado por aproximadamente 90 fracciones arancelarias son mayores a 743.5 millones de dólares. Los productos más representativos son la joyería de plata, oro y metales comunes; estatuillas y adornos de cerámica; velas; artículos para servicio de mesa y decorativos de vidrio; marcos de madera para cuadros y fotografía; vajillas de cerámica y marcos de metales comunes. Estas principales exportaciones representan 620.3 millones de dólares, es decir, el 85% del total de exportaciones de este sector.

Los países importadores de los productos de este sector son, por orden de importancia Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Colombia, Alemania, Egipto, Guatemala, Hong Kong, España, Taiwán, Venezuela, Puerto Rico, Países bajos, Costa Rica, Francia, Italia, Australia y Japón.

En cuanto a lo que importaciones se refiere, se registró en el 2003 un ascenso a 520.1 millones de dólares. Los productos principales importados son joyería de oro, artículos de decoración de cerámica, artículos para el servicio de mesa o cocina de

porcelana, recipientes para beber de cristal al plomo y vidrio, artículos de bisutería, flores y follajes artificiales, vajillas y artículos de uso doméstico y decorativo de cerámica, joyería de plata, velas y artículos para servicio de mesa, cocina, tocador, oficina, adornos de vidrio. Estas importaciones representaron el 75% del monto total.

Los países de donde México importa esta mercancía son Estados Unidos, China, Italia, India, Francia, España, Indonesia, Taiwán, Alemania, Corea del Sur, Colombia y Hong Kong, que representan el 88% del total importado. Cabe mencionar, que las importaciones originarias de países asiáticos han registrado un incremento considerable en los últimos tres años (www.economia.gob.mx, www.banxico.org.mx).

4.3.2 Canales de distribución más usuales en el comercio exterior del sector de artículos de decoración y regalo

A continuación se presenta un cuadro con los canales de distribución más frecuentes para este sector.

Cuadro 4.2 “Canales de distribución más usuales – sector artículos de decoración y regalo”

<ul style="list-style-type: none"> • Importadores mayoristas • Agentes • Oficinas de venta • Detallistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas Departamentales • Empresas por venta por catálogo • Ventas por Internet
--	---

Fuente: www.bancomext.com

Los importadores mayoristas importan los productos y los destruyen a otras entidades comerciales, la mayoría están especializados en ciertas áreas de productos. Los agentes no cuentan con inventarios y en su mayoría trabajan a base de comisiones y para varias empresas (la comisión oscila entre 20-40% de las ventas).

Las oficinas de venta son establecimientos propiedad de los exportadores, los cuales fungen como medio de atención al cliente, que además de ser una oficina de representación en el mercado de destino, están al día en la tendencia y aceptación de sus productos. Los detallistas son el último canal que se pasa para llegar a los clientes, varían de tamaño y en los productos que manejan.

Las tiendas departamentales ofrecen dentro de sus establecimientos los productos que a este sector pertenecen de manera directa a los consumidores finales. Las empresas de

venta por catálogo ofrecen una mayor comodidad al posible consumidor, ya que por medio de este puede escoger los productos de mayor agrado y solicitarlos.

Por último, las ventas por Internet representan cada día un mayor número de consumidores en todo el mundo.

De lo anterior se desprende que, los importadores mayoristas son el medio de distribución más eficaz para las empresas exportadoras, ya que evita problemas de distribución hasta el consumidor final, ya que estas empresas se encargan de distribuir el producto estando en el país destino.

4.3.3 Tratamiento arancelario de los acuerdos de libre comercio

En el proceso que existe previo a realizar actividades de comercio exterior, se tienen que tomar en cuenta el tratamiento arancelario del producto a exportar. Entre estos puntos encontramos las barreras arancelarias y las no arancelarias y son diferentes para cada producto específico.

A su vez las regulaciones no arancelarias se dividen en dos clases: Cuantitativas y cualitativas. Las cuantitativas son los permisos de exportación e importación, cupos, precios oficiales, medidas contra prácticas desleales de comercio internacional. Las regulaciones no arancelarias cualitativas son las regulaciones de etiquetado, regulaciones sanitarias, regulaciones de envase y embalaje, normas técnicas, normas de calidad, regulaciones de toxicidad, regulaciones ecológicas, marcado de país de origen.

Sin embargo, aún existiendo las regulaciones anteriormente mencionadas, la firma de Acuerdos y Tratados de Libre Comercio que México ha celebrado con varios países del mundo, abre la oportunidad a las empresas que producen artículos de regalo y artesanías para participar en mercados internacionales con preferencias arancelarias y en algunos casos con arancel cero para su internación en el país de destino (Bancomext, 2005).