



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Exportaciones de joyas de plata 925, hacia el mercado de EE.UU.

Torres, Rosiveth

2006

Cita APA: Torres, R. (2006). Exportaciones de joyas de plata 925, hacia el mercado de EE.UU.
Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires.

Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios".
Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires

Col 1502/0603



CATALOGADO



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA DE POSGRADO
GESTION EMPRESARIA DEL COMERCIO EXTERIOR Y DE LA
INTEGRACION

Seminario de Integración Final

"Exportaciones de joyas de plata 925, hacia el mercado de EE.UU."

Presentado por:

Rosiveth Torres

PROFESOR
Jorge Marchini

Tutores

Jorge Kawaguchi

Leo Casareto

*Dep. O. 310, O. 320, H. 22221 (221)
T4E
Trab. Posgr.*

Buenos Aires, marzo de 2006

Índice

Introducción	4
Objetivos	4
Metas	4
Estudio de Mercado	5
F.O.D.A.	5
Honduras, datos importantes	7
Políticas de fomento a la inversión y la producción en Honduras	7
Políticas monetarias, cambiarias y financieras	9
Políticas laborales	9
Política Externa	10
Acceso al mercado a través del Cafta	11
Desgravación Arancelaria en el Cafta	13
Estadísticas de exportación de Honduras	14
El mercado meta: Estados Unidos, Información General	15
Rasgos generales del mercado en EEUU	15
Distribución de la Población y de la Renta	16
Principales Indicadores Económicos	17
Clasificación arancelaria	18
La oferta, Tamaño del mercado	19
Producción local	20
Importaciones	20
Nicho de Mercado	22
Canal de distribución y comercialización	22
Condiciones de Acceso al Mercado	23

Presentación de La Empresa	23
Elaboración de la factura comercial	24
Secuencia de Exportación	24
Estudio Técnico, Introducción a la Industria	26
Diagrama proceso de producción	31
Disponibilidad de Materia Prima	32
Disponibilidad de Capital	32
Localización del proyecto	33
Envase, embalaje y etiqueta	35
Estudio Económico, Precios y su formación	35
Costos de Operación	38
Inversión Inicial	39
Evaluación Económica	41
Conclusiones	43
Anexos, Requisitos a la exportación en Honduras	44
Ley de Zonas Industriales de Procesamiento para las Exportaciones	45
Precio Internacional de la Plata	53
Estados Unidos	53
Harmonized Tariff Schedule of the United States partida 711311	55
Estadísticas de Importación en Estados Unidos	60
Oferta y Demanda mundial	70
Ferias, publicaciones y asociaciones	71
Sistema de clasificación arancelaria en Centro América	73
Bibliografía	79

Introducción

A partir 1998, Comercial Torres una empresa familiar que se dedica a la importación de una gran variedad de artículos elaborados en plata 925 desde distintos puntos de venta internacionales como ser Miami en Estados Unidos, Zona Libre Colón en Panamá y El Distrito Federal en México.

Contando con una amplia experiencia en ventas en el mercado local y latino en general y que además conoce los productos que se ofrecen en locales comerciales de mayor venta mayorista y minorista, valiéndose también de la nueva ley minera aprobada en 1998 con el propósito de incentivar y regular la explotación minera y actividades metalúrgicas en el país se plantea la posibilidad de una estrategia de integración hacia atrás estudiando la factibilidad de instalar un taller de producción de piezas en plata por fundición a la cera perdida con oferta exportable a los Estados Unidos de Norte América.

Debido a que las joyas han sido parte de la vida cotidiana del ser humano desde tiempos antiguos y a que las mismas generan un vínculo con las personas que las poseen ya que perduran de generación en generación, nos encontramos ante un producto que ha alcanzado la madurez en su ciclo de vida.

Hace algunos años la elaboración de estas piezas se daba completamente por manos de un experto joyero que dominaba todas las técnicas de joyería, en la actualidad se ha dividido la profesión en distintas especialidades que todavía se elaboran manualmente.

También se ha avanzado hacia la industrialización de la producción en dos etapas: fundición a la cera perdida y por prensa de estampado automática o balancín. En vista de que el proceso de producción que emplea mayor cantidad de mano de obra es el de microfusión se opta por esta opción al ser el recurso humano uno de los más abundantes en Honduras.

Objetivos

- 1-Desarrollo de la Industria Joyera en Honduras
- 2-Generación de fuentes empleo de la clase media y baja
- 3-Exportación de productos con mayor valor agregado
- 4-Satisfacer las necesidades del 0,01% de este producto en el mercado meta
- 5-Ofrecer amplia variedad de productos a través una mayor flexibilidad en la producción
- 6-Desarrollo de producto con una estrategia de costo/beneficio

A largo plazo

Desarrollo de la marca país en la elaboración de arte en plata

Metas

∞Aprovechar la ventaja en costo de producción, capacidad de respuesta a las especificaciones del pedido, la cercanía al mercado, los incentivos a la producción y el tratado de libre comercio Honduras-Estados Unidos

∞Además del acuerdo existente entre Honduras-México que beneficia el abastecimiento de insumos y materiales entre estos países con lo que se

lograrían beneficios adicionales al operar con insumos importados con origen Nafta.

∞ Utilizar de ser necesario estrategias de Benchmarking, haciendo referencia a grandes productores como Italia, India y Tailandia que ofrecen sus productos a Estados Unidos con materias primas importadas.

Estudio de Mercado

F.O.D.A.

Del mercado meta

Oportunidades

- ▲ El Ingreso per capita de Estados Unidos es de casi 40, 000 dólares.
- ▲ El rápido crecimiento de la comunidad latina en EEUU.
- ▲ El tamaño de la comunidad latina en Miami.

Amenazas

- ▲ Altos costos en gestión de ventas, promocionales y de inserción.
- ▲ Se debe mantener relativa discreción de identidad en relación a esta industria por razones de seguridad.
- ▲ Italia es el país con el mejor posicionamiento del sector en EEUU, gracias a la labor de diferenciación que basa su estrategia comercial en la calidad y el diseño.
- ▲ El producto de bajo precio que viene de nuevos países exportadores como India o China.
- ▲ La publicidad en revistas especializadas de este sector es costosa.

De Honduras

Oportunidades

- ▲ El tipo de cambio U\$1,00 equivale a 19,02 lempiras aumenta la rentabilidad para exportar.
- ▲ La ley de zona de procesamiento industrial.
- ▲ Abundante mano de obra a bajo costo.
- ▲ Pocas restricciones respecto al ingreso y egreso de divisas.

Amenazas

- ▲ Se debe capacitar completamente la mano de obra.
- ▲ Se debe invertir en tecnología importada.
- ▲ Actualmente no existe esta industria en el país.
- ▲ Algunos insumos deben ser importados.

Oportunidades

↳ Es posible el abastecimiento de insumos a través del acuerdo firmado con México.

↳ No se aportan derechos a la exportación.

↳ Cercanía al mercado destino.

↳ Honduras es beneficiario del sistema generalizado de preferencias de EEUU.

↳ La reciente firma del acuerdo bilateral de libre comercio denominado CAFTA.

Del Producto

Fortalezas

↳ Es un producto no perecedero y de larga vida útil.

↳ Se trata de un producto de alto consumo.

↳ La adquisición de este producto genera una inversión para el consumidor.

↳ Las piezas con acabado a mano poseen mayor valor agregado.

↳ El proceso de producción elegido permite una considerable flexibilidad en el producto.

Debilidades

↳ Alta inversión en mantenimiento y renovación de inventario de materia prima.

↳ Inestabilidad en el precio internacional de la plata.

↳ Constituye una amenaza directa los sustitutos, como las demás joyas de oro, platino, acero quirúrgico y otros metales no preciosos que se utilizan cada vez con mayor frecuencia.

↳ En el mercado de joyas existe cierta por la elasticidad en sus precios con respecto al ingreso real esto implica que el precio tiene impacto en las cantidades producidas y vendidas, es decir que las piezas de mas económicas y de poco peso se producen en mayor cantidad.

Honduras, datos importantes

LOCALIZACIÓN

Aproximadamente a unas 1,000 millas al suroeste de Miami, Estados Unidos.

POBLACIÓN

Total 7,200,000 | Tegucigalpa 925,000 | San Pedro Sula y alrededores 850,000

IDIOMA

Español. El Inglés es ampliamente utilizado como segunda lengua.

SISTEMA GUBERNAMENTAL

- Democracia: Elecciones cada cuatro años.
- Tres poderes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial.
- 18 departamentos encabezados por un Gobernador nombrado por el Presidente de la República.

MONEDA Y BANCA

- Lempira: L 19.02 = US \$1.00 (noviembre de 2005). Devaluación anual de entre el 5 y 7%.
- El Banco Central de Honduras regula el sistema nacional bancario. Honduras es miembro del Banco Mundial, del FMI, del BID y del BCIE.
- Una dinámica banca privada hondureña con filiales tales como CitiCorp, Banistmo, El Banco Cuscatlán y otros.

TRANSPORTE

- 4 puertos marítimos en el Caribe y uno en el Pacífico
- Puerto Cortés, en la costa atlántica, es el puerto más grande y mejor equipado de América Central. Provee servicio las 24 horas, sin tiempo de espera, posee modernas instalaciones de roll-on/roll-off y de refrigeración.
- Tiempo a Miami: 72 horas
- Servicio de contenedores:
 - 10 veces por semana a Miami
 - 4 veces por semana a Nueva Orleáns
 - 4 veces por semana a Nueva York vía Miami
 - 2 veces por semana a Europa
- Servicio desde el Lejano Oriente hacia Honduras y viceversa:
 - 35 días vía EEUU y transbordo (Caribe)
 - 28 a 30 días vía Panamá y transbordo (Pacífico)
- 5 líneas aéreas internacionales con accesibles conexiones a nivel internacional
- 5 aerolíneas de carga
- 4 aeropuertos internacionales: Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba y Roatán
- El tiempo de vuelo hacia Miami, Nueva Orleans o Houston es de 2 horas

Políticas de fomento a la inversión y la producción en Honduras

El nuevo modelo exige la apertura hacia los mercados internacionales y el fomento claro hacia los sectores exportadores. Las MIPYMEs como

productoras orientadas en su mayoría a los mercados locales y sin las estructuras productivas para lograr una capacidad exportadora, han sido marginadas completamente en el diseño de políticas de fomento a la producción y la inversión. Asimismo, no han sido consideradas en las negociaciones que en materia de tratados de libre comercio se han efectuado.

A continuación se detallan algunos de los objetivos que el Estado pretende alcanzar a través de sus políticas de fomento a la producción:

- a. Normar la inversión nacional y extranjera, así como la co-inversión, a fin de garantizarle un trato igualitario al inversionista extranjero (Ley de Inversiones, decreto 80-92, su objetivo es estimular y garantizar la inversión nacional, extranjera y la coinversión para el crecimiento y desarrollo del país, garantizando al inversionista un trato igualitario al capital nacional y extranjero, el acceso a divisas, la libre transferencia de capitales, dividendos u otras remuneraciones a la inversión, la libertad de producción y comercialización de bienes y servicios, etc.).
- b. Fomentar las exportaciones a través de incentivos fiscales como la suspensión de pagos de derechos aduaneros, consulares, tasas por servicio aduanero, impuestos y recargos aplicados a la importación y exportación, contribuciones municipales, etc. (Régimen de Importación Temporal – RIT decreto 37-84 y 190-86; Zonas Industriales de Procesamiento para la exportación– ZIPs, decreto 37-87; Zonas Libres – ZL, decreto 356 y acuerdo 81-99).
- c. Normar las actividades que directa e indirectamente tienen un impacto en los recursos ecológicos del país (Ley General de Minería, decreto, 292-98, la cual norma las actividades mineras y metalúrgicas en el país; Ley General de Ambiente, a través de la cual se controla mediante la exigencia de licencias y permisos ambientales las actividades que pueden afectar el medio ambiente).
- d. Impulsar sectores productivos específicos, (*Sector agrícola*: Ley para la Modernización y Desarrollo del Sector Agrícola, la cual tiene como objetivo impulsar el desarrollo agroindustrial y la explotación de productos agrícolas con valor agregado, fortaleciendo la transferencia de tecnología y procurando un marco adecuado de seguridad para la tenencia de la tierra. Asimismo, promueve la modernización agrícola, pecuaria, avícola, acuícola y forestal; Ley de Estímulo a la Producción, a la Competitividad y Apoyo al Desarrollo Humano, decreto 131-98, su propósito es incentivar la producción agropecuaria a nivel de pequeños productores y del sector campesino reformado a través de financiamiento; Ley de Incentivos a la Producción Bananera, decreto 57-91 y decreto 135-94 la cual favorece el crecimiento de la producción bananera y mantiene su competitividad en el mercado internacional, *Sector Turismo*: Ley de Incentivos al Turismo, decreto 312-98, su objetivo es propiciar el desarrollo de la oferta turística del país creando facilidades para lograr la generación de empleo, el ingreso de divisas y el aumento de tributos al Estado).
- e. Proteger la seguridad de la propiedad industrial (Ley de derechos de autor y de los derechos conexos, decreto 4-99-E, a través de la cual se protege a los autores de obras literarias, artísticas, de programación, etc.; Ley de propiedad industrial, decreto 112-99-E, donde se establecen las bases para

que en las actividades industriales y comerciales del país exista un sistema de permanente perfeccionamiento de sus procesos y productos, promoviendo a la vez la inventiva y la creatividad para el diseño de nuevos productos, protegiendo la propiedad industrial mediante la regulación de patentes de invención.).

Políticas monetarias, cambiarias y financieras

Acorde al objetivo de incrementar la inversión en el país, se han tomado algunas medidas orientadas a crear las condiciones para lograr un ambiente más competitivo para la inversión. A continuación se presenta un detalle:

Políticas para el sistema financiero

- a. Reforma al Banco Central de Honduras
- b. Ley del Fondo Nacional para la Producción y Vivienda (FONAPROVI).
- c. Ley de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros.
- d. Ley de Instituciones del Sistema Financiero.
- e. Ley Reguladora de las Organizaciones Privadas de Desarrollo que se dedican a actividades financieras.

Leyes de reciente aprobación:

- a. Ley del Mercado de Valores.
- b. Ley de Seguros de Depósito.
- c. Ley de Compañías de Seguros.

Políticas Monetaria y cambiaria

- a. Reducción del encaje legal a través de la disminución de las inversiones obligatorias.
- b. Sistema de Adjudicación Pública de Divisas (SAPDI).

Políticas laborales

Dentro de las políticas laborales, en los últimos años se ha realizado una serie de reformas tendentes a proteger al trabajador a través de leyes y reglamentos sobre salarios mínimos, beneficios, seguridad, etc.

BENEFICIOS LABORALES

- Bono de asistencia: 1 día de salario por semana • Seguro Social
- Pago de 13ero. y 14to. mes (diciembre y junio) • Bono escolar

JORNADAS DE TRABAJO

- Día: 5:00 a.m. a 7:00 p.m.
- Noche: 7:00 p.m. a 5:00 a.m.
- Jornada mixta
- 44 horas a la semana para la jornada diurna
- 36 horas a la semana para la jornada nocturna

REMUNERACIÓN

- Tiempo extra: 25% (día) y 50% (noche)
- Recargo del 75% para trabajo extra jornada nocturna

DESCANSOS Y FERIADOS

- Un día de descanso cada seis días de trabajo (domingo)
- Feriados con doce de sueldo: 1 de enero. 14 de abril. 1 de mayo. 15 de

sep-tiembre, 3, 12 y 21 de octubre, 25 de diciembre y Semana Santa (jueves, viernes, sábado).

VACACIONES

1 año =10 días

2 años =12 días

3 años =15 días

Más de 3 años =20 días

Política Externa

Tratados Comerciales

Honduras ha adoptado como parte de su política comercial la inserción en el sistema globalizado de comercio, a través de su integración en el sistema multilateral de comercio y la suscripción de tratados comerciales de diferente naturaleza. Para esto se han hecho avances importantes en la actualización y adecuación de la normativa comercial con las disposiciones internacionales vigentes, en especial la relacionada con derechos de propiedad intelectual. Así, a partir de 1993 se reactivó el Mercado Común Centroamericano, y en 1994 el país se adhirió al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y suscribió el Acta de Constitución de la Organización Mundial de Comercio (OMC), de la cual es miembro activo. El 1 de junio del 2001 entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio e Inversión entre Honduras, El Salvador, Guatemala y México, y a partir de octubre del mismo año entrará en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana. Además, Honduras participa actualmente, de forma conjunta con el resto de países de Centroamérica, en las negociaciones para la suscripción de tratados de libre comercio con Chile, Panamá y Canadá.

En la última década Honduras ha suscrito Acuerdos para la Protección Recíproca de Inversiones con: Alemania, Chile, Cuba, la Federación Suiza, Francia, los Estados Unidos de América, el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, el Reino de España y Taiwan República de China. Los productos hondureños gozan de condiciones de acceso preferencial a los principales mercados del mundo. Así, Honduras es beneficiario del Sistema Generalizado de Preferencias de Los Estados Unidos de América, de la Unión Europea, de Canadá y Japón, y de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe de los Estados Unidos de América.

Tratados de Libre Comercio:

- TLC El Salvador, Guatemala, Honduras con México.
- TLC Centroamérica con República Dominicana

Acuerdos Comerciales Bilaterales:

- Acuerdo De Alcance Parcial Entre La Republica De Colombia y La Republica De Honduras
- Convenio Comercial entre la República de Honduras, y el Gobierno de la República Popular de Bulgaria

Acuerdo De Alcance Parcial Entre La Republica de Venezuela y La Republica de Honduras

Acceso al mercado a través del Cafta

Mercancías Originarias

Salvo que se disponga lo contrario en este Capítulo, cada Parte dispondrá que una mercancía es originaria cuando:

- (a) es una mercancía obtenida en su totalidad o producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes;
- (b) es producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes y (i) cada uno de los materiales no originarios empleados en la producción de la mercancía sufre un cambio aplicable en la clasificación arancelaria especificado en el Anexo 4.1, o (ii) la mercancía satisface de otro modo cualquier requisito de valor de contenido regional aplicable u otros requisitos especificados en el Anexo 4.1, y la mercancía cumple con los demás requisitos aplicables de este Capítulo; o
- (c) es producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes, a partir exclusivamente de materiales originarios.

Valor de Contenido Regional

Cuando el Anexo 4.1 especifique una prueba de valor de contenido regional para determinar si una mercancía es originaria, cada Parte dispondrá que el importador, exportador o productor, podrá utilizar el cálculo de valor de contenido regional basado en uno u otro de los siguientes métodos:

- (a) Método basado en el Valor de Materiales No Originarios ("Método de Reducción del Valor")

$$VCR = \frac{VA - VMN}{VA} \times 100$$

- (b) Método basado en el Valor de los Materiales Originarios ("Método de Aumento del Valor")

$$VCR = \frac{VMO}{VA} \times 100$$

en donde,

VCR es el valor de contenido regional expresado como un porcentaje; VA es el valor ajustado; VMN es el valor de los materiales no originarios que son adquiridos y utilizados por el productor en la producción de la mercancía; el VMN no incluye el valor de un material de fabricación propia; y VMO es el valor de los materiales originarios adquiridos o de fabricación propia, y utilizados por el productor en la producción de la mercancía.

Cada Parte dispondrá que para los propósitos de los Artículos 4.2 y 4.6, el valor de un material será:

- (a) en el caso de un material importado por el productor de la mercancía, el valor ajustado del material;
- (b) en el caso de un material adquirido en el territorio donde se produce la mercancía, dicho valor se determinará de conformidad con lo dispuesto en los Artículos 1 al 8, Artículo 15 y las correspondientes notas interpretativas del Acuerdo de Valoración Aduanera de la misma manera que para las mercancías importadas, con las modificaciones razonables que sean requeridas debido a la ausencia de importación; o
- (c) en el caso de un material de fabricación propia,

- (i) todos los gastos incurridos en la producción del material, incluyendo los gastos generales y
- (ii) un monto por utilidades equivalente a las agregadas en el curso normal del comercio.

Ajustes Adicionales al valor de los Materiales

Cada Parte dispondrá que en el caso de los materiales no originarios los siguientes gastos, cuando estén incluidos en el Artículo 4.3, se podrán deducir del valor del material: (a) los costos de flete, seguro, embalaje y todos los demás costos incurridos en el transporte del material dentro del territorio de una Parte o entre los territorios de dos o más Partes hasta el lugar donde está ubicado el productor; (b) aranceles, impuestos y costos por servicios de correeduría aduanera pagados por el material en el territorio de una o más de las Partes, distintos de los aranceles e impuestos diferidos, reembolsados, reembolsables o de otra manera recuperables, incluyendo el crédito por aranceles o impuestos pagados o por pagar; (c) el costo de los desechos y desperdicios derivados de la utilización del material en la producción de la mercancía, menos el valor de los desperdicios renovables o subproductos; y (d) el costo de los materiales originarios utilizados en la producción del material no originario en el territorio de una Parte.

Envases y Material de Empaque Para la venta al por Menor

Cada Parte dispondrá que los envases y los materiales de empaque en que una mercancía se presente para la venta al por menor cuando estén clasificados junto con la mercancía que contienen, no se tomarán en cuenta para decidir si todos los materiales no originarios utilizados en la producción de la mercancía sufren el cambio aplicable en la clasificación arancelaria establecido en el Anexo 4.1 y, cuando la mercancía esté sujeta a un requisito de valor de contenido regional, el valor de dichos envases y materiales de empaque se tomará en cuenta como material originario o no originario, según sea el caso, para calcular el valor de contenido regional de la mercancía.

Contenedores y Materiales de Embalaje para Embarque

Cada Parte dispondrá que los contenedores y materiales de embalaje para embarque no sean tomados en cuenta para determinar si una mercancía es originaria.

Materiales Indirectos Empleados en la Producción

Cada Parte dispondrá que un material indirecto se considerara como originario independientemente del lugar de su producción.

Costo neto

Significa costo total menos los de la promoción de ventas, comercialización y de servicio posterior a la venta, regalías, embalaje y embarque, así como los costos por intereses no admisibles que estén incluidos en el costo total;

Costo neto de la mercancía

Significa el costo neto que pueda ser asignado razonablemente a la mercancía utilizando uno de los métodos siguientes:

- (a) calculando el costo total en que se haya incurrido respecto a todas las mercancías producidas por ese productor, sustrayendo cualquier costo de promoción de ventas, comercialización, servicios posteriores a la venta, regalías, costos de embalaje y embarque y costos por intereses no admisibles, incluidos en el costo total de todas las mercancías referidas, y luego asignando razonablemente el costo neto resultante de esas mercancías a la mercancía;
- (b) calculando el costo total en que se haya incurrido respecto a todas las mercancías producidas por ese productor, asignando razonablemente el costo total a la mercancía y posteriormente sustrayendo cualquier costo de promoción de ventas, comercialización, servicios posteriores a la venta, regalías, costos de embalaje y embarque y costos por intereses no admisibles, incluidos en la porción del costo total asignado a la mercancía; o
- (c) asignando razonablemente cada costo que forme parte del costo total en que se haya incurrido respecto a la mercancía, de modo que la suma de estos costos no incluya costo alguno de promoción de ventas, comercialización, servicios posteriores a la venta, regalías, costos de embalaje y embarque y costos por intereses no admisibles,

Siempre que la asignación de tales costos sea compatible con las disposiciones sobre asignación razonable de costos establecidas en los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados;

Costos por intereses no admisibles

Significa los costos por intereses en los que haya incurrido un productor, que excedan de 700 puntos base sobre los rendimientos de las obligaciones de deuda de vencimientos comparables emitidos por el nivel central del gobierno de la Parte en la cual se localiza el productor;

Costo total

Significa todos los costos del producto, costos de un período y otros costos para una mercancía, en que se haya incurrido en territorio de una o más de las Partes;

Desgravación Arancelaria en el Cafta

Salvo que se disponga lo contrario en la Lista de una Parte a este Anexo, las siguientes categorías de desgravación arancelaria aplican a la desgravación de aranceles aduaneros de cada Parte conforme al Artículo 3.3.2:

(a) los aranceles sobre las mercancías incluidas en las fracciones de la categoría A en la Lista de una Parte serán eliminados íntegramente y dichas mercancías quedarán libres de arancel aduanero:

(i) para mercancías textiles o del vestido:

(A) a partir del 1 de enero del 2004, con respecto a aquellas mercancías para las cuales el Artículo 3.20.1 aplica; o

(B) con respecto a cualquier otra de estas mercancías, en la fecha de entrada en vigor de este Tratado, y

(ii) para todas las demás mercancías, en la fecha de entrada en vigor de este Tratado.

71131110 Silver rope, curb, etc. in continuous lengths, whether or not plated/clad with other precious metal, suitable for jewelry manufacture; arancel: 6.3% desgravación: A

71131120 Silver articles of jewelry and parts thereof, nesoi, valued not over \$18 per dozen pieces or parts; arancel: 13.5% desgravación: A

71131150 Silver articles of jewelry and parts thereof, nesoi, valued over \$18 per dozen pieces or parts; arancel: 5% desgravación: A

Estadísticas de exportación de Honduras

Productos Minerales

Las exportaciones de plata, plomo y zinc se consideran tradicionales. En conjunto, la plata y el zinc muestran una tendencia decreciente durante el período 2000-2003, al pasar de US\$62.8 millones a US\$41.9 millones; mientras que para 2004 se estima un valor de US\$47.0 millones. Esta tendencia se debe principalmente al comportamiento de los volúmenes exportados. Por su parte, el plomo ha registrado valores de exportación ascendentes a partir de 2003, como resultado de la mejora experimentada en los volúmenes vendidos al exterior. En general, la tendencia reciente de los precios en el mercado internacional de estos productos ha sido favorable.

El oro se considera un producto de exportación no tradicional ya que dejó de explotarse por un período, y al modificarse la legislación minera se reinició su actividad en el 2000. El valor de exportación de este mineral precioso se incrementó de US\$6.2 millones en 2000 a US\$73.6 millones en 2004. Este incremento es debido a la favorable evolución de los precios en el mercado internacional ya que el volumen de producción llegó a su máximo en 2002 y ha venido mostrando una reducción en los últimos años.

Exportación de Minerales					
Valor en Millones de US dólares y volumen en Onzas Troy y Libras					
	2000	2001	2002	2003/p	2004/e
Plata					
Valor	8,30	7,90	6,90	5,60	5,70
Vol. Onzas Troy	1.733,00	1.546,00	1.513,70	1.390,30	1.304,40
Precio	4,77	4,26	3,80	4,06	6,65
Zinc					
Valor	54,50	38,50	34,30	36,30	35,30
Vol. Onzas Troy	97.396,00	101.334,00	93.556,60	94.933,00	89.150,00
Precio	0,56	0,38	0,37	0,38	0,43
Plomo					
Valor	3,30	3,30	2,50	3,40	6,90
Vol. Onzas Troy	10.535,00	15.092,00	15.493,80	15.502,50	19.446,90
Precio	0,30	0,22	0,16	0,22	0,35
Oro					
Valor	6,20	63,80	80,50	65,60	73,60
Vol. Onzas Troy	24,00	244,00	265,00	157,00	150,40
Precio	260,30	251,70	303,90	356,00	407,90
p/: preliminar e/: estimado					
Fuente: Banco Central de Honduras					

EL MERCADO META: ESTADOS UNIDOS

Información General

Capital: Washington D.C.

Tipo de cambio: www.oanda.com

Superficie: 56 millones de km²

Idioma oficial: Inglés

Jefe de Estado de Gobierno: George W. Bush

Población: 288,4 millones de hab.

El presente estudio pretende analizar el mercado de la joyería de en Estados Unidos con el fin de ofrecer una visión global y orientar al sector interesado en abrirse camino en el mismo.

El análisis se refiere a la joyería en general, pues los datos referentes a producción y comercio internacional no se desagregan por categoría de producto.

En el estudio se hace una referencia a los datos generales del país, a la cual sucede un análisis de la oferta y demanda existente para el sector, comercialización y accesibilidad al mercado.

Rasgos generales del mercado en EEUU

El mercado norteamericano no es un mercado fácil, no se presta a operaciones ocasionales, sino que requiere del exportador dedicación y un plan de operaciones claro. Las principales características del mercado norteamericano vienen determinadas por su desarrollo, el tamaño de la economía y el tamaño físico del país.

El inmenso tamaño de la economía, más la propensión que tiene ésta hacia la importación, hacen del mercado estadounidense posiblemente el más atractivo de cuantos una empresa pueda afrontar. Es el mayor mercado de productos de lujo del mundo y el país que más gasta en artículos de joyería. Lo que lo

convierten en destino prioritario para cualquier exportador de joyería, aunque no hay que olvidar lo altamente competitivo que aparece así como la complicada regulación del mismo.

Los Estados Unidos de América son el cuarto país más grande del mundo, contando con una superficie de 9.372.614 km², y una distancia de 4.500 Km. de este a oeste y 2.575 Km. de norte a sur. Cuenta con una población cercana a los 290 millones de habitantes, de los cuales un 10% son de origen extranjero, lo que da una idea de la diversidad cultural y religiosa del país. El idioma oficial es el inglés aunque el español se afianza como segunda lengua, con zonas como California en las que la población hispana alcanza el 38%, elementos todos ellos que hay que tener en cuenta a la hora de hacer negocios y que para un exportador puede suponer una oportunidad de negocio.

La población de los crece aproximadamente un 1% al año, según datos del *US Department of Commerce*, con lo que en 2010 se alcanzarán los 299 millones de habitantes y los 312 en 2015. Los grupos de edad que más aumento experimentarán será los de 5-14, 55-64 y los de más de 65 años. El del grupo comprendido entre 5-14 años se prevé que suponga el 13,1% del total en 2010 y el 13% en 2015. Mientras que los grupos de 55-64 y 65+ años se espera que totalicen un 11,8% y 12,8% en 2010, respectivamente Geográficamente, de los 290 millones de habitantes, un 77% vive en ciudades, de los cuales un 50% lo hace en las 39 áreas metropolitanas más importantes. Siendo California y Nueva York los estados más poblados.

Distribución de la Población y de la Renta

Principales áreas Metropolitanas	Estados más poblados	Estados con ingresos per cápita más alto
1. Nueva York – Nueva Jersey	1. California	1. DC
2. Los Ángeles	2. Texas	2. Connecticut
3. Chicago	3. Nueva York	3. New Jersey
4. Washington - Baltimore	4. Florida	4. Massachusetts
5. San Francisco	5. Illinois	5. Maryland
6. Philadelphia	6. Pensilvania	6. New York
7. Boston	7. Ohio	7. New Hampshire
8. Detroit	8. Michigan	8. Minnesota
9. Dallas	9. Nueva Jersey	9. Colorado
10. Houston	10. Georgia	10. California

Fuente: US Bureau of Census

Los estados del noroeste del país son los que presentan niveles de renta superiores a la media, el área de Nueva York – Nueva Jersey y la Washington DC. Además de California y la zona de influencia de Chicago. Estas zonas además se corresponden con grandes núcleos de población, lo que hace que se conviertan en los principales sub-mercados objetivos para la empresa exportadora.

La economía norteamericana registró un período de crecimiento de diez años (1990 – 2000), que constituyó el ciclo expansivo más largo de la historia de Estados Unidos.

A partir del segundo semestre del año 2000, coincidiendo con el final de un ciclo político, se produjo una rápida desaceleración de la economía, una bajada de las expectativas empresariales y la evaporación de una parte sustancial de la euforia producida en el sector privado por el efecto riqueza generado en los mercados bursátiles.

El crecimiento del PIB se debilita sensiblemente a partir del segundo semestre del año 2000, tendencia que se acentúa en el año 2001, con un crecimiento negativo en los dos primeros trimestres.

Tras un breve periodo de recuperación a principios del 2002, la economía mostró durante dicho ejercicio signos de debilidad. Sin embargo, el fuerte aumento de la productividad, la rápida y enérgica intervención de la autoridad monetaria, las rebajas fiscales y el favorable comportamiento del consumo, han propiciado una recuperación del pulso económico.

Ello ha provocado que durante el periodo de inestabilidad económica que se inicia en 2001, los resultados del sector joyero no hayan sido todo lo brillantes que fueron en años anteriores. Esta situación de debilidad económica se ha ido superando a lo largo de 2003, aunque con matices, pues la persistencia de incertidumbres tanto económicas como geopolíticas ha impactado en el crecimiento del PIB real, que ha sido de un 1,4% y de un 3,3% en el primer y segundo trimestre de 2003, respectivamente. Aunque durante el tercer trimestre el consumo interno tuvo un comportamiento excepcional que hizo que creciese hasta un 8,2%. Tanto el gasto de las familias como la inversión empresarial mostraron comportamientos positivos en 2003, lo que supone poner las bases para un crecimiento económico sostenido en el futuro.

En el tercer trimestre del 2003, el crecimiento del PIB alcanzó un sorprendente 8,2%, impulsado principalmente por el consumo, la inversión en equipos y software, la exportación y el gasto de las administraciones estatales y locales. En el cuarto trimestre, el crecimiento se ralentizó hasta el 4,1%, principalmente como consecuencia de las reducciones de los gastos de consumo y la inversión en vivienda. En el primer trimestre de 2004, el PIB creció un 3,9%, reflejando así una ligera desaceleración en el crecimiento económico. La ralentización del crecimiento entre enero y marzo se explica por el descenso de las exportaciones y la fuerte caída de los gastos de equipo y en informática.

Principales Indicadores Económicos

Indicadores Económicos	1999	2000	2001	2002	2003	2004(e)
PIB (Miles millones USD)	9,268.4	9,817.0	10,100.8	10,480.8	10,987.9	11,684.4
PIB per cápita (USD)	33,185	34,770	35,438	36,433	37,844	39,875
Crecimiento del PIB (% var. anual)	4.4	3.7	0.5	2.2	3.1	4.3
Balanza cuenta corriente (Mill USD)	-296,800	-413,500	-385,700	-473,900	-530,700	-646,100
Balanza cuenta corriente (% del PIB)	-3.2	-4.2	-3.8	-4.5	-4.8	-5.5
Bienes y servicios exportados	8.7	8.9	8.2	7.7	7.5	10.2
Inflación (% var. anual)	2.2	3.4	2.8	1.6	2.3	2.8
Tasa de desempleo (%)	4.2	4	4.8	5.8	6	5.6

Fuente: US Bureau of Census

El consumidor final fue quien, en 2002, sostuvo la economía estadounidense, aumentando 3 puntos porcentuales respecto al año anterior, a pesar del débil mercado laboral. Los recortes de impuestos, la refinanciación de hipotecas y las ganancias en los mercados de valores contribuyeron positivamente al poder adquisitivo del consumidor, lo que llevó a que el gasto del tercer trimestre se elevara hasta un 6,6% más que respecto al mismo periodo del año anterior. Las políticas monetarias y fiscales son las que han permitido esta mejoría en el corto plazo; en el largo plazo la mejoría del mercado laboral y los aumentos salariales serán los que hagan que se mantenga esta tendencia positiva.

El clima económico general es ahora favorable, tal y como muestran los principales indicadores económicos, lo que sin duda fomentará el consumo privado, en un mercado en el que el consumo privado es la principal variable macroeconómica.

Clasificación arancelaria

A la hora del estudio de estadísticas de comercio exterior las partidas arancelarias consideradas (según el sistema armonizado) son la HS 7113. Aunque con la particularidad de que estas partidas engloban las operaciones con todo tipo de artículos. No hay desagregación más detallada, lo que dificulta saber qué tipo de producto se está exportando, indiferentemente de su precio o calidad.

Las partidas utilizadas han sido:

- HS 7113: Artículos de joyería y partes de artículos de joyería, de metales preciosos o de metal recubierto de metal precioso (exc. con más de 100 años).

La partida arancelaria se refiere a aquellas manufacturas realizadas en todo o en parte con metales preciosos o chapadas con los mismos. Es decir, se refiere a productos tales como: Pequeños objetos de adorno personal: sortijas, pulseras, collares, broches, pendientes, cadenas de cuello, cadenas de reloj, dijes, colgantes, alfileres de corbata, sujeta corbatas, gemelos, cruces, medallas religiosas, cruces y medallas de órdenes, insignias, ornamentos para sombreros (alfileres, hebillas, anillas, etc.), ornamentos para bolsos, hebillas y pasadores para el calzado, cinturones, etc., peines, pasadores y diademas.

Artículos para uso personal que se llevan sobre la propia persona, así como los artículos de bolsillo o de bolso de mano (cigarreras y pitilleras, estuches para gafas o anteojos, tabaqueras, bomboneras, polveras, cajitas para maquillajes, peines de bolsillo, monederos de malla, rosarios, llaveros).

Los artículos de esta partida podrán incluir también perlas (finas, cultivadas o falsas), piedras preciosas o semi-preciosas, piedras falsas, piedras-sintéticas o reconstituidas o partes de concha, nácar, marfil, ámbar natural o reconstituido, azabache o coral.

- HS 7113.11 – Artículos de joyería y sus partes, de plata, incl. Revestida chapada de metal precioso plaqué (exc. Con más de 100 años).

71131110 Plata laminada en cinta, en hilo redondo, cuadrado, etc., en capas de metal revestido o no con otro metal precioso para ser usado en manufacturas de joyería.

71131120 Artículos de joyería y partes valuados en no más de US \$18 por docena de piezas o partes.

71131150 Artículos de joyería y partes valuados en más de US \$18 por docena de piezas o partes.

Por lo que respecta a la producción industrial y otros datos relevantes de la industria fabricante de embarcaciones en Estados Unidos, los datos recopilados se basan en la nomenclatura NAICS (*North American Industry Classification System*). Esta nomenclatura ha sustituido al SIC (*Standard Industrial Classification System*), que se utilizaba con anterioridad en Estados Unidos. La nomenclatura NAICS fue desarrollada por Estados Unidos, Canadá y México con el fin de facilitar la comparación de datos estadísticos de la actividad empresarial en los tres países.

Concretamente, éste es el código que hace referencia a la joyería:

- NAICS 339911: Fabricación de joyería. Al tratar los datos, hay pequeñas diferencias pues, en el código NAICS 339911 además de las partidas arancelarias HS 7113 y HS 7116, incluye la partida HS 9113100 (pulseras de reloj de metales preciosos).
- NAICS 448310: Detallistas de joyería

La oferta

Tamaño del mercado

El mercado de la joyería en EE.UU. es interesante tanto por el volumen de ventas como por el número de consumidores que en él aparecen. Así, durante 2003 el consumo aparente en artículos de joyería fue de 10.580 millones de dólares, lo que supuso un incremento del 3,45% respecto al año anterior (en el consumo aparente no se incluye la variación de existencias, de ahí que el dato se aleje del dato de consumo real). Además, dicha cifra supera el consumo alcanzado en 2000, año en el que se vivió el inicio de la crisis económica. A ello hay que añadir que más de un 50% de los estadounidenses compraron algún producto de joyería o relojería durante el último año.

La industria de la Joyería (NAICS 339911)

Millones USD

	1999	2000	2001	2002	2003
Producción	5,745	6,009	5,410	5,800	5,800
Exportaciones	822	1,272	1,659	1,826	1,770
Importaciones	5,063	5,737	5,533	6,261	6,559
Saldo Comercial	-4,241	-4,465	-3,874	-4,435	-4,789
Consumo aparente*	9,986	10,474	9,284	10,235	10,589

Fuente: U.S. International Trade Office *Consumo aparente = Producción + Importaciones – Exportaciones (no se tiene en cuenta la variación de existencias)

Del total de consumo aparente, se puede decir que aproximadamente un 15% corresponde a artículos de precio medio-alto, siendo el grueso de ellos las importaciones italianas (la joyería “*made in Italy*” supuso en 2003 unas exportaciones cercanas a los 1,200 millones de dólares,) y la producción estadounidense de marcas de lujo.

Producción local

El sector de la joyería es un sector maduro, aunque en continuo crecimiento. Originalmente la industria se concentró en Nueva Inglaterra, Massachussets y Rhode Island (el noreste del país), pero hoy se ha diversificado hacia zonas como California o Florida. Hoy cuenta con unos 2.300 fabricantes, de los cuales un 80% cuentan con menos de 25 empleados.

La industria de la joyería (NAICS 339911)

	1999	2000	2001	2002	2003
Número de fabricantes	2,290	2,270	2,270	2,270	2,270
Empleados (en miles)	37	40	39	39	39
Capacidad de utilización (%)	74	73	70	70	73
Producción (millones USD)	5,745	6,009	5,410	5,800	5,800

Fuente: U.S. Bureau of Commerce

Aunque ha sido una industria bastante atomizada, en los últimos años está viviendo un proceso de concentración, haciendo que el número de participantes disminuya en más de un 20%, debido a la reducción de los márgenes y que los resultados de los últimos años (sobre todo desde la desaceleración económica que se vive desde 2001) no han sido todo lo buenos que se esperaba, aunque sigue sin haber un dominador claro del sector.

La joyería estadounidense compite en todos los segmentos de mercado, aunque tiene importante presencia en el nivel más bajo con joyas estándar realizadas con maquinaria y también en el segmento medio-alto con joyas para cuya elaboración exige una alta calificación, en el cual la cuota de mercado de las marcas estadounidenses roza el 60%.

La mayoría de los fabricantes no cuentan con red de ventas propia sino que la venta se hace a mayoristas o agentes que se encargan de llevarlo a minoristas. Aunque el comercio on-line está haciendo que algunos productores vendan directamente al consumidor.

Importaciones

El comercio internacional de joyería no ha hecho sino crecer en los últimos años en los EE.UU., lo que sustenta la opinión de que a pesar de tratarse de un mercado maduro, no presenta síntomas de agotamiento. Si exceptuamos el 2001, en el que tanto la producción como las importaciones cayeron consecuencia de la crisis y los atentados del 11 de septiembre, el sector ha experimentado una evolución claramente positiva. A pesar de que la oferta estadounidense de joyería es importante, no es suficiente para satisfacer la demanda. Tal es así que las importaciones representaron en 2003 un 61,9% del consumo aparente, porcentaje que ha aumentado desde el 50,7% en 1999, lo que da una idea de las posibilidades para un exportador en este mercado.

Los 10 principales países exportadores suponen más del 83%, en valor del total de las importaciones de joyería de EE.UU. Entre ellos destaca Italia, país líder en exportaciones al mercado americano, con una cuota de casi el 19% sobre el valor total de lo importado. Cabe destacar el excepcional incremento de las exportaciones indias a EE.UU., que desde 1999 hasta 2003 han aumentado en más de un 113%, convirtiéndose en el segundo país exportador de joyería, a escasa distancia de Italia.

Además de la India, es preciso notar como el comportamiento de los tradicionales proveedores de joyería no ha sido muy positivo. Caso de Italia,

cuyas exportaciones han descendido un 18% desde 1999, de Hong Kong con una caída del 8% o de Israel con un descenso del 12%. Estos descensos además, se producen en un contexto global en el que el sector de la joyería está en expansión, las importaciones totales aumentan (casi un 30% en los últimos 5 años y más de un 4% en 2003) al igual que lo hace el consumo interior, oportunidad que ha sido aprovechada por nuevos exportadores como India, China o Turquía, para aumentar su cuota de mercado. Y en menor medida, España, que ha visto como sus exportaciones han aumentado un 137% desde 1999.

Importaciones de Joyería

Millones USD

País	1999	2000	2001	2002	2003	Var. 03/99	Var. 03/02
Total	4,901.06	5,542.04	5,332.60	6,084.77	6,341.37	29.39	4.22
Italia	1,465.59	1,478.91	1,380.06	1,498.51	1,201.93	-17.99	-19.79
India	551.77	660.56	565.04	867.5	1,179.96	113.85	36.02
Tailandia	492.71	625.09	649.07	676.58	773.35	56.96	14.3
China	153.19	216.53	349.49	524.57	698.73	356.11	33.2
HongKong	475.96	571.59	449.79	506.27	434.21	-8.77	-14.23
Turquía	181.34	229.22	198.10	196.93	247.14	36.29	25.5
Israel	235.96	232.49	232.39	265.58	205.89	-12.75	-22.47
Rep. Dominicana	171.34	152.28	172.33	194.29	202.03	17.91	3.98
Canadá	180.01	237.98	194.74	212.29	186.75	3.75	-12.03
Francia	62.03	72.23	109.34	118.27	171.22	176.05	44.77
España	18.28	25.88	27.49	29.31	43.49	137.89	48.37

Fuente: World Trade Atlas

En cuota de mercado se comprueba como los 10 primeros exportadores totalizan más del 83% del total de las exportaciones. Significativa es la participación de Italia, India, Tailandia y China, con una participación similar, aunque con una evolución de los últimos cinco años claramente diferente. Muy positiva para India (de un 11,26% a un 18,61%) y China (de un 3,13% a un 11,02%) y claramente negativa para Italia (pasa de un 29,9% a un 18,95%). Lo que unido a la evolución de las exportaciones de Israel, cuya cuota cae un 32% desde 1999, hace que el panorama sea ahora un poco diferente que hace cinco años en el que había un líder claro, Italia, con un posicionamiento dominante en el segmento de lujo, pero que a día de hoy ya no lo es tanto. Si bien sigue siendo líder, mucho terreno se lo han comido India o Turquía sobre todo en lo que al segmento alto se refiere. En un sector que crece como el de la joyería esta evolución debe ser tomada como una oportunidad para nuevos participantes, sobre todo los que fabrican joyas de calidad y cuidado acabado.

Cuota de Mercado Porcentaje (%)

País	1999	2000	2001	2002	2003	Var. 03/99	Var. 03/02
Italia	29.9	26.69	25.88	24.63	18.95	-36.6	-23.1
India	11.26	11.92	10.6	14.26	18.61	65.3	30.5
Tailandia	10.05	11.28	12.17	11.12	12.2	21.4	9.7

China	3.13	4.72	6.55	8.62	11.02	252.1	27.8
HongKong	9.71	10.31	8.44	8.32	6.85	-29.5	-17.7
Turquía	3.7	4.14	3.72	3.24	3.9	5.4	20.4
Israel	4.82	4.2	4.36	4.37	3.25	-32.6	-25.6
Rep. Dominicana	3.5	2.75	3.23	3.19	3.19	-8.9	0.0
Canadá	3.67	4.29	3.65	3.49	2.95	-19.6	-15.5
Francia	1.27	1.3	2.05	1.94	2.7	112.6	39.2
España	0.37	0.47	0.52	0.48	0.69	86.5	43.8

Fuente: World Trade Atlas

Nicho de Mercado

Como estrategia de nicho estableceremos un plan de especialista en joyería clásica sobre pedido del comerciante en el mercado latino que nos permitirá posicionarnos del mismo a mediano y largo plazo.

Ya que a medio y largo plazo la composición racial será elemento clave a la hora de abordar el mercado estadounidense. Para 2060 se espera que la minoría de la población sea de origen caucásico, siendo más del 50% de origen hispano, afro-americano y de otros grupos étnicos. Sus diferentes patrones de conducta en cuanto al consumo tendrán que ser tenidos en cuenta. Al día de hoy se estima que hay unos 35 millones de hispanos en los EE.UU. y se espera que para 2020 sean casi 74 millones. Y su poder de compra no hace sino crecer, ahora que empiezan a conseguir puestos de trabajo mejor remunerados.

Canal de distribución y comercialización

Fabricante → Comerciante Mayorista → Detallista → Consumidor

Venta directa al mayorista/detallista: es la práctica habitual a la hora de establecer una relación comercial con joyerías. Es el fabricante/diseñador el que envía un muestrario a la joyería, en la que se decide si es un tipo de producto que es compatible con el resto de lo que posee en stock. Suele ser habitual que se requiera la presencia de alguien de la firma para la presentación del producto antes de iniciar cualquier operación. Tiene la ventaja del menor costo al no haber intermediarios.

Los más importantes canales que podemos observar en este extremo de la cadena son:

Detallista	Ubicación	Tipo de Producto	Clientes	Consideraciones
Independientes	Zonas Comerciales	Todo tipo (fuerte presencia de anillos de compromiso)	Consumidor medio	Categoría en la que más confía el consumidor, aunque su número está descendiendo
Independientes de lujo	Zonas Comerciales	Joyería de diseño y relojes de alto nivel	Consumidor con elevado nivel de ingresos	Es el segmento más inmune a los vaivenes de la economía

Grandes Almacenes	Centros/Zonas Comerciales	Algunos tienen joyería de diseño	Consumidor medio que se preocupa de los precios	Servicio de baja calidad y muchos descuentos
Tiendas Descuento	Centros/Zonas Comerciales	Joyería de bajo precio	Consumidor con bajo nivel de ingresos	Tráfico de consumidores muy elevado y mucho nivel de ventas
Cadenas de joyerías	Centros Comerciales	Todo tipo	Consumidor medio	Muy orientados a las ofertas

Condiciones de Acceso al Mercado

Es importante señalar que, para la introducción de joyas ya sea para su exhibición en ferias o para su venta al público, es *necesario que la trademark* (por la cual el fabricante de la joya se hace responsable de la calidad de la misma) contenga, grabados sobre el producto o con etiqueta (que deben permanecer sobre el producto, el país de origen de la joya y el número de quilates).

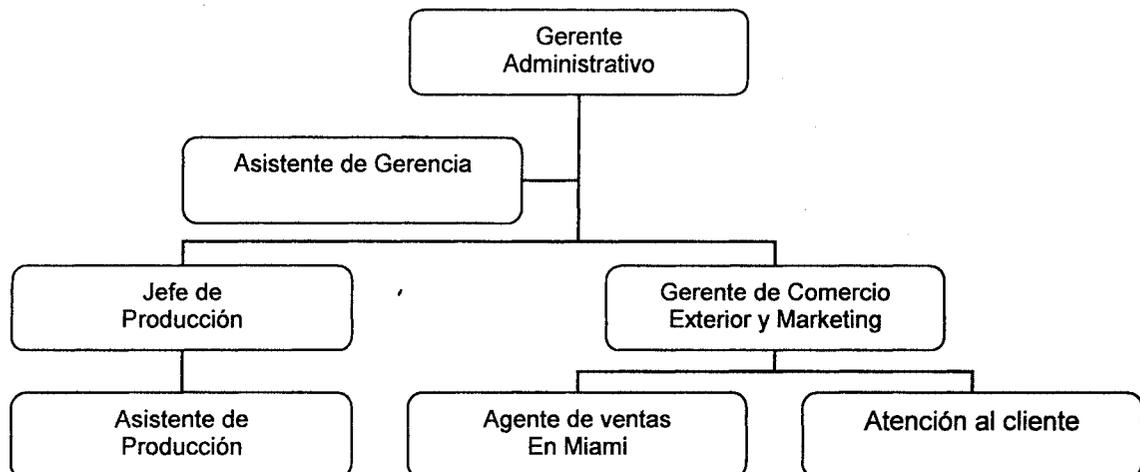
La plata debe ser al menos de 925 partes por millón como se recoge en la *National Stamping Act*. No existe sin embargo, ningún mecanismo que posteriormente a la importación controle la validez o no del número de quilates declarado en la marca de calidad, sino que es el propio vendedor y el productor quienes deben velar por la veracidad del contenido de la marca de calidad.

Además, muchos fabricante y diseñadores de joyas para proteger la originalidad y unicidad de sus joyas, solicitan protección de copyright, esto es, de alguna manera protegen sus derechos "de autor" sobre la joya diseñada. Por lo tanto, es aconsejable solicitar y registrar los derechos de fabricación, patentes y marcas.

Presentación de La Empresa

La empresa: Roseta Dorada

Realizará trabajos especiales de todo tipo de piezas en plata sin incrustaciones, planea operar reduciendo el riesgo empresarial a través de ordenes de pedido obtenidas de los comerciantes mayorista y minoristas instalados en el mercado meta., a partir de las muestras del producto ofrecidas a través del agente de ventas instalado en la ciudad destino, asimismo presentados por catálogo virtual e impreso al comprador.



Elaboración de la factura comercial

La ley Arancelaria de los Estados Unidos requiere que la factura comercial, en inglés o con su debida traducción, lleve la siguiente información:

Puerto de entrada al cual se destina la mercadería

Fecha, lugar y nombres del comprador y del vendedor, si la mercancía es para la venta, consignación o resulta de un contrato de venta.

Descripción detallada de la mercancía, incluyendo nombre, calidad, marcas, etc.

Cantidad en peso y medidas

Precio de compra de cada artículo en la moneda de venta

Clase de moneda

Cargos y costos adicionales a los de la mercancía como flete, seguros, comisiones, etc.

Reintegros, rebajas y subvenciones que se reciban al exportarse la mercadería

País de origen

Secuencia de Exportación

▲Recepción de orden de pedido junto al 25% del pago anticipado sobre venta

▲Requisición de materia prima

▲Elaboración del pedido

▲Empaque

▲Elaboración de la factura comercial

▲Elaboración de la lista de empaque

Se tiene que especificar la descripción de la mercadería, pesos de la mercadería, cantidad total, datos del importador/exportador.

▲Solicitud de certificado de origen

Se deberá tramitar el formulario ante el Ministerio de Industria y Comercio

▲Completar el Documento Único Aduanero Centro Americano (Forma DUA).

▲Llevar a cabo el envío del paquete a través de Fedex:

Quien confecciona los siguientes documentos:

1.) Elaboración de la guía aérea

El Original llegara al Aeropuerto de Destino junto con el embarque.

2.) Notificación anticipada del manifiesto de carga (Cargo Filing Rule)

Carga aérea: se debe efectuar la notificación a CBP en forma electrónica de los embarques aéreos originarios en América del Norte, incluyendo México, América Central y Sudamérica (al norte del Ecuador) a más tardar al momento de la partida de la aeronave ("wheels-up").

3.) Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT)

Iniciativa conjunta de las aduanas de EE.UU. y el sector privado para mejorar la seguridad en la cadena de aprovisionamiento. Para ser elegibles las empresas deben cumplir con los lineamientos para los diversos operadores (importadores, transportistas, brokers, operadores de depósitos de almacenaje, etc.). Si bien por el momento, el programa no se encuentra abierto para inscripción de exportadores extranjeros, si se han inscripto importadores y numerosas empresas de servicios derivados del comercio exterior (transportistas, etc.).

La participación es voluntaria (no será necesario participar en el C-TPAT para poder operar en comercio exterior, pero las ventajas previstas consisten en: un número reducido de inspecciones, un ejecutivo de cuenta de la aduana para facilitar la operatoria/consultas, acceso a la lista de miembros de C-TPAT y elegibilidad para procesos basados en cuenta individual (pagos mensuales o bimestrales, etc.).

4.) Container Security Initiative (CSI)

Acuerdo institucional bilateral (normalmente a nivel de aduanas o de autoridades competentes) según la cual determinado puerto instala infraestructura requerida de seguridad (equipamiento de rayos X, etc.) y recibe en forma permanente un equipo de funcionarios de la aduana de los EE.UU. que efectúan una evaluación de riesgo de carga contenerizada en forma paralela al sistema nacional. Los funcionarios americanos no inspeccionan carga lo cual corresponde exclusivamente a los funcionarios nacionales. La participación de los puertos extranjeros en la CSI es voluntaria pero la carga proveniente de los mismos tendrían un despacho a plaza simplificado y más ágil. En la primera etapa la CSI se instrumentó en los primeros 20 mega puertos de carga contenerizada a los EE.UU.

5.) Autorización firmada a fin de que el despachante pueda actuar a nombre del consignatario ante el despacho de la aduana de Estados Unidos

▲ Pago de la factura de flete y seguro

▲ Enviar vía fax el documento de embarque para efectuar la gestión de cobro del 25% de la venta

▲ Elaboración del documento de liberación de aduana por parte del despachante

▲ Nacionalización de la mercadería

▲ Hacer efectiva la cobranza del 50% de la venta al momento de entregar el paquete a través del agente de ventas en Miami

▲ Depositar el pago de las ventas en la cuenta Banco Ficohsa sucursal Miami, Florida para su posterior uso.

Estudio Técnico

Introducción a la Industria

Es conveniente, describir al *platero* como toda aquella persona dedicada a la fabricación o elaboración artesanal de joyería, platería, orfebrería, filigrana y bisutería; pero hoy en día, de forma generalizada, hablar de *platería* equivale a hablar de *joyería*.

La joyería ha superado su concepción de pieza elaborada a partir de metales preciosos y su evolución en las últimas décadas pasó del banco de platero al taller y del taller a la fábrica. La platería es una antiquísima actividad económica, una manifestación artística y, hoy, el resultado de una evolución técnica.

De forma consciente o inconsciente, se envuelve el sector, tradicionalmente reservado, efecto nuestra idiosincrasia frena, sin pretenderlo, un auténtico desarrollo sectorial. Se detecta tanto en la opacidad de las ventas como en la adquisición de materia prima. La reserva, de muchos de los profesionales que *no quieren brindar datos reales*, impide realizar cálculos generalizables.

1.1 El oficio

El gremio de los plateros ha sido, ayer y hoy, una organización de patronos, porque en los pequeños talleres rara vez tenía cabida un oficial: bastaban los familiares y aprendices. Antes, los plateros eran "plateros completos", artistas que trabajaban con el oro y la plata, sabían química, dibujo y sus creaciones requerían a veces conocimientos de matemáticas o arquitectura.

Del trabajo en los pequeños talleres familiares se ha pasado, a lo largo de los siglos, a la especialización, circunstancia que generó casi de forma espontánea la segmentación del taller artesanal.

1.1.1. Oficios del gremio

Respecto a las funciones y métodos de trabajo de los oficios, conviene marcar una doble y clara diferenciación:

En primer lugar.

- *Artífice* o maestro artesano, con capacidad de diseñar y crear una joya.
- *Especialista artesano*, que última perfeccionando la pieza que proviene de la microfundición.
- *El industrial* que fabrica piezas de joyería en serie.

La segunda, entre oficios:

- *orífice*: joyería en oro
- *platero*: joyería en plata
- *orfebre*: objetos religiosos o destinados al regalo decorativo
- *filigranero*: orfebrería a partir de hilos de metal, plata u oro
- *grabador*: obras de arte a partir de incisiones en láminas de acero.

De proyectarse la imagen de artesanía en la alta joyería y en la joyería exclusiva como distintas imágenes, distintas marcas. Son ventajas que cabría transformar en oportunidades.

1.1.2. Especialistas

Dentro de los mismos oficios, por la parcela de trabajo desarrollado, se distinguen las distintas *especialidades* (o técnicas):

- *Engastador*: trabajador que encaja y engarza las piedras preciosas en la pieza mediante el uso de limas, fresas y buriles embelleciendo el metal.
- *Clavador*: (prácticamente sinónimo de engastador): engasta de la piedra en el metal utilizando garras como sujeción.
- *Sacador de fuego*: operario que realiza la estructura de la joya en oro o plata
- *Fundidor a la cera perdida*: encargado de la reproducción a través del proceso de fundición de cualquier pieza de joyería que quiera fabricarse en serie.
- *Matricero o troquelista*: operario que modela una pieza mediante prensado en caliente que ha de servir de molde o estampado para la fabricación posterior de piezas en serie.
- *Pulidor/a*: persona, en la mayoría de los casos femenina, que da brillo a las piezas de joyería dándole terminación.
- *Diseñador*: persona que delinea y proyecta una pieza de joyería, destacando en creatividad e impronta personal.
- *Tallista*: persona que labra las piedras preciosas con buriles y cinceles especiales.
- *Esmaltador*: persona que cubre con esmalte los metales con diversos colores y matices.
- *Modelador de cera*: realizador de moldes y piezas en cera de orfebrería, joyería y bisutería según los diferentes diseños.

1.1.3. Clasificación profesional

En virtud de la clasificación profesional de quienes trabajan en el oficio, se pueden también realizar distinciones según su graduación:

- *aprendiz*: persona que se incorpora a un taller y presta su trabajo a cambio de que se le enseñe el oficio;
- *peón*: ayudante del oficial, sin clasificación determinada;
- *oficial*: operario que una vez cumplido bien y fielmente el ajuste de aprendiz, demuestra su pericia en el oficio.
- *Jefe de taller*: superior o responsable del taller.
- *Maestro*: constituye la más alta calificación profesional dentro del oficio y antaño, se accedía a través de un examen. Facultado para ejercer como jefe de taller o abrir taller propio;

1.2. El taller

El concepto tradicional de taller es el del lugar donde se trabaja una obra de manos, en este caso de joyería. Hoy día existen muchísimos talleres que responden todavía a estas formas artesanales de producción pero buena parte de ellos, gestionados no ya por un maestro sino por un empresario, han dado el paso definitivo hacia las aplicaciones tecnológicas respondiendo ya a esquemas plenamente fabriles.

1.2.1. Unidades de producción

El panorama actual de los talleres o de las fábricas no puede ser encajonado en una clasificación simple porque la complejidad de los sistemas de producción es enorme.

Antes que el taller, como unidad de producción organizada existió el banco: mesa de madera, normalmente individual, con su tablero casi siempre en forma de media luna y sus cajones para los materiales y el herramental.

El platero de oficio sabía hacer una joya de principio a fin: conocía el metal, prepararlo, estirarlo, recocerlo (calentar el metal al rojo y dejarlo enfriar) para hacerlo más dúctil. Tenía y tiene que conocer las herramientas, unas de uso individual (para medir, cortar, limar, sujetar, soldar...) y otras de uso colectivo (para pesar, estirar, pulir, soldar...) El pulido aun se hace a mano y a máquina. Hay plateros exigentes que después de hacer el pulido mecánico, con vibradores por rozamiento, insisten, posteriormente, en el pulimentado manual.

Muy pocos profesionales saben que esta "maestría", muy común hasta hace pocos años, es hoy uno de los grandes problemas de la calidad en el trabajo. Pero lejos de transmitirse la maestría, lo que se está transmitiendo a las nuevas generaciones espantes del oficio. Se ha subdividido, se ha segmentado o se ha especializado. En los tiempos actualés, hay generaciones que han "desaprendido" el oficio: plateros que saben, por separado, pulir, engastar, sacar de fuego, fundir, esmaltar, cincelar, poner palillos...pero no están capacitados para ejercer el oficio en su plenitud. Puede afirmarse que el platero de profesión ha sustituido al platero de oficio.

Ahora se añade la mecanización a ésta profesión, y deja de existir –al menos de forma generalizada– el "platero completo", para pasar a la diversificación de las funciones.

Talleres que se especializan en partes del proceso de producción de la joyería, pero no en el TODO (que podría ser bueno desde un punto de optimización productiva si el sector estuviera debidamente articulado).

La industria

Las sucesivas estructuraciones industriales que se han venido produciendo en los años 80 y 90 han posibilitado que aquellos talleres que invirtieron en maquinaria, en tecnología y que no confundieron beneficio con tesorería, se hayan transformado en industrias.

No podemos hablar de "sector industrial" de forma generalizada, pues, alternan algunas industrias con muchísimos talleres y con muchísimos puntos precarios de fabricación. Ante este hecho tan tangible, resulta arriesgado hablar del grado de industrialización: pueden existir en parques Industriales (existe el peligro de confundir nave con industria; en algunos casos el traslado no ha sido más que el traslado del taller), con arraigo y experiencia en mercados exteriores y, por ello, con buenos volúmenes de exportación. Su grado de mecanización es alto: aleaciones de todo tipo de metal y quilatajes, avances en los procesos de pulido, máquinas fundidoras al vacío, etc.

Pero tampoco desarrollan al 100% toda la producción, parte de la cual la tienen contratada con talleres auxiliares (un 60% estimado). Encargan las fornitureas a empresas que se dedican a ello (cuatro o cinco empresas especializadas)

El pulido, normalmente, se realiza en las propias industrias debido a fuerte merma generada en el proceso (tanto si se realiza de forma mecánica a partir de vibradoras por rozamiento e incluso con posterior repaso manual en algunos casos, constituiría una pérdida de entre el 8 y el 10%, pérdida que se repercute normalmente en el precio del producto en un 5%).

1.2.2. Las empresas y los empresarios individuales

Puede faltar, pues, una auténtica especialización no en la mano de obra sino en los procesos productivos.

El tipo de empresa que domina en este sector es la pyme. Son estas empresas las que han de liderar el sector y actuar como punta de lanza: realizando más inversiones en tecnología, invirtiendo en I+D, diseñando, creando marca y abriendo mercados.

Según las técnicas, domina la fabricación de lo que se conoce como media joyería, elaborada en oro liso o montado, en series por microfusión (un 98%). Pero también tienen su nicho de mercado el oro liso al peso, el chapado en oro, el gold filled, la joyería en plata, las acuñaciones, el grabado, etc. No olvidemos los talleres de prestación de servicios como los de recuperación de metales (que han sustituido a las antiguas recuperaciones, las famosas escobillas), los de afinaje, la galvanotecnia, la fundición, la metalistería, etc.

El almacenista adquiere mercancía a los talleres, cuanto más minúsculos mejor, compra y revende el producto ya terminado. Asiste a ferias para ver las tendencias, compra género de dentro y de fuera del territorio, copia diseños que posteriormente retoca y encarga a sus proveedores. Tiene también su hueco en el mercado.

1.3. El producto

La competencia con otras tendencias de reconocida dimensión internacional aunque ocupan más espacio la italiana, por su diseño, y la mejicana, por sus incrustaciones. Compiten también los países asiáticos, aunque por sus precios extremadamente competitivos debido a su mano de obra barata.

Los metales más usados en la joyería en primer lugar, por orden de importancia es el oro (en sus diferentes quilatajes de 18, 14 y 9). El oro fino, de amarillo intenso (aunque a veces se utiliza el blanco e incluso el rojo), es un metal noble por su durabilidad y porque no le afectan ni el oxígeno ni casi ningún compuesto químico. El oro fino, el de 24 quilates, hay que alearlo con otros metales para darle resistencia. En segundo lugar se trabaja la *plata fina* (Plata de Ley: 925 partes de plata por 1.000 de metal), con las mismas características que el oro fino, pero muy maleable y dúctil, sensible a los cambios bruscos de temperatura. La pureza de la plata se mide en milésimas: la pura contiene 999-1.000 milésimas de plata. De un blanco lustroso, ennegrece en contacto con el sulfuro de la atmósfera.

En joyería se trabaja también con una plata de segunda Ley que tiene 800 milésimas. Y en tercer lugar el *platino*, el metal más puro usado en joyería (con una aleación de pureza casi absoluta: 950 milésimas contra las 750 milésimas del oro). Es el metal más fuerte y resistente. Funde a 1.772°C. No le alteran los agentes físicos ni químicos, ni ninguna solución ácida o alcalina. Es el metal más luminoso, de un blanco perfecto en origen, al ser inmune a la oxidación y al desgaste, se mantiene invariable siempre.

A pesar de que el mayor volumen de la producción es de diseño clásico, los empresarios y diseñadores comienzan a investigar en diseño y calidad que las hagan más atractivas de cara al consumidor final.

En el extranjero, el 80% de los fabricados se realiza por estampación, con el abaratamiento de costes que ello supone, en técnicas de microfusión o fundición a la cera perdida, que tiene sus limitaciones en cuanto a grosor y tamaños, con sus costes fijos inamovibles. Esta situación hace necesario, pues, apostar por tecnología punta, utilizar nuevos materiales y nuevas combinaciones e impulsar nuevos procedimientos de fabricación intentando mantener los elementos diferenciadores adaptados al perfil del consumidor.

Por lo que respecta a la joyería exclusiva, de diseño singular tiene un cliente final concreto: artistas, deportistas, grandes empresarios

1.4. La comercialización

El principal receptor del mercado sería Estados Unidos en la ciudad de Miami que tiene gran proyección en toda Latinoamérica.

La comercialización vendría impulsada por la mejora en la calidad del terminado de los productos, con una ventaja diferenciadora en el diseño y con una apropiada campaña de comunicación.

La clave está en la venta al consumidor final movido por la motivación que se le dé, basado en modas pasajeras pero que también genere estabilidad económica a la hora de comprar un accesorio de un metal precioso.

Si se logra elaborar un producto ajustado en su peso, con unos costos de producción bajos y con un gran diseño, la comercialización será más fácil.

1.5. La formación

Ante la transformación de la industria joyera hacia cánones de especialización y, por tanto, de mayor complejidad, ante la incorporación de nuevas tecnologías y el perfeccionamiento de algunas técnicas, ante la movilidad de los gustos, de las tendencias, de los mercados. Se organiza en:

Diseño,

Modelado en Cera,

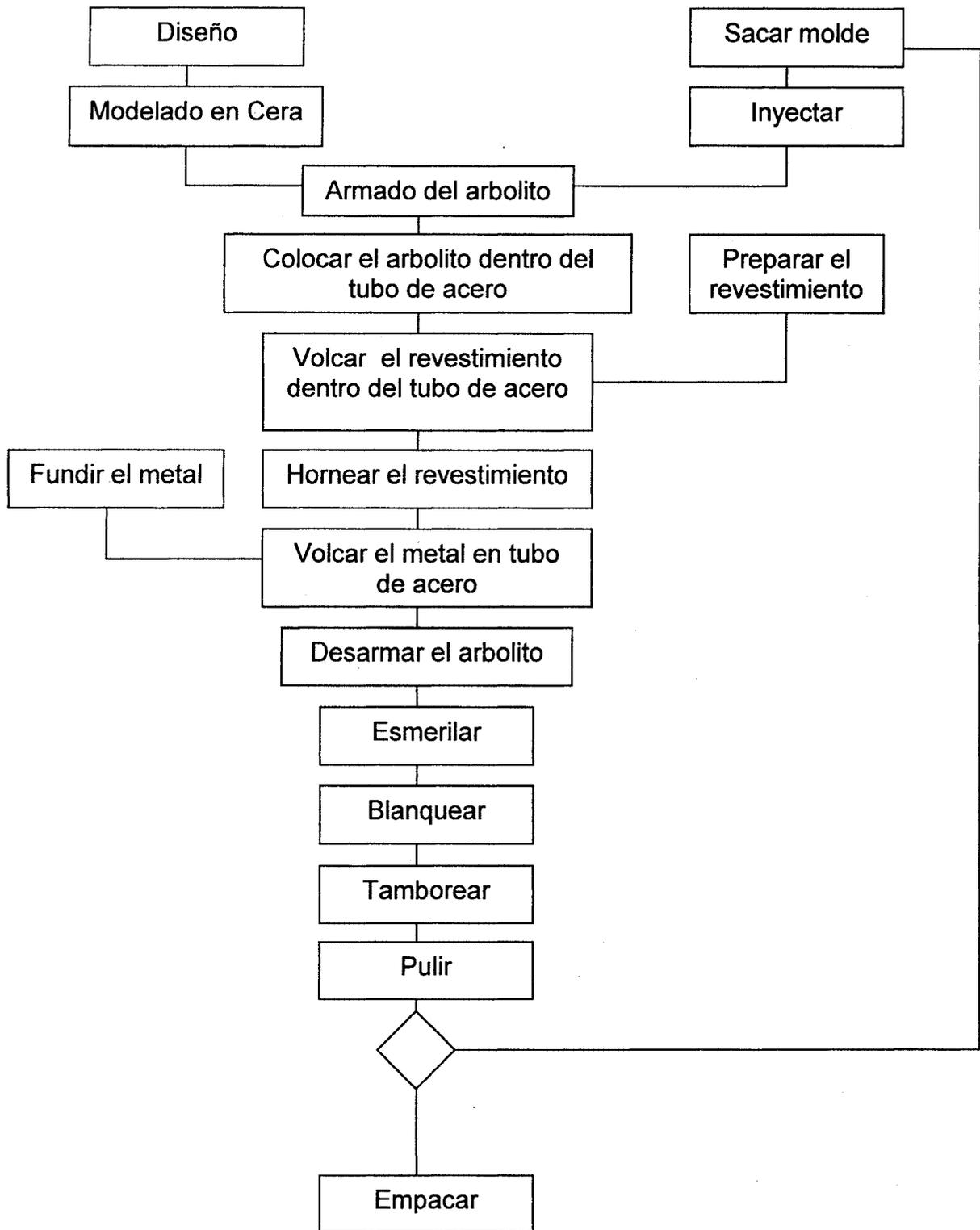
Fundición,

Sacado de Fuego,

Pulido

Elaboración de moldes

DIAGRAMA DE BLOQUES
Proceso de Producción de piezas por fundición a la cera perdida



La empresa utilizará un programa de producción Just in Time con una capacidad máxima de producción de 3600 piezas diarias y mínima de 1200 piezas diarias. Con lo cual los productos serán entregados a término según sean recibidos.

Disponibilidad de Materia Prima

Top 20 Silver Producing Countries in 2004 (millions of ounces)		
1.	Mexico	99.2
2.	Peru	98.4
3.	Australia	71.9
4.	China	63.8
5.	Poland	43.8
6.	Chile	42.8
7.	Canada	40.6
8.	United States	40.2
9.	Russia	37.9
10.	Kazakhstan	20.6
11.	Bolivia	13.1
12.	Sweden	9.4
13.	Indonesia	8.6
14.	Morocco	6.3
15.	Argentina	5.0
16.	Turkey	3.7
17.	South Africa	3.2
18.	Iran	2.6
19.	Japan	2.4
20.	India	2.1

Disponibilidad de Capital

En Honduras

TASAS ANUALES DE INTERÉS MÁXIMAS EN MONEDA NACIONAL DEL SISTEMA BANCARIO NACIONAL
(En porcentajes)

Fecha	COMERCIALES		ASOCIACIONES		PROMEDIO SISTEMA	
	Activa Ptmos	Pasiva Cert(90 Dias)	Activa Ptmos	Pasiva Cert(90 Dias)	Activa Ptmos	Pasiva Cert(90 Dias)
<u>2005</u>						
Enero	31,40	10,39	23,00	13,00	30,88	10,60
Febrero	30,60	10,45	23,00	13,00	30,13	10,68
Marzo	29,80	10,17	23,00	11,00	29,37	10,25
Abril	31,38	10,56	23,00	11,00	30,88	10,60
Mayo	30,82	9,88	25,00	12,50	30,14	10,23
Junio	30,17	10,08	25,50	13,00	29,62	10,53
Julio	32,13	9,98	26,25	12,50	31,44	10,40
Agosto	32,00	10,00	26,25	12,50	31,32	10,38

Fuente: información semanal reportada por el Sistema Bancario a la Comisión Nacional de Bancos y Seguros.

¹ Promedio Simple de Bancos Comerciales y Asociaciones de Ahorro y Préstamo.

^P Preliminar

Actualizado por Edas Lazo el 21 de septiembre de 2005 monetaria@bch.hn

HONDURAS: PROMEDIO PONDERADO DE LAS TASAS ANUALES DE INTERES NOMINALES EN MONEDA EXTRANJERA

	Activa Sobre Préstamos
2005	
Ene	8,39
Feb	8,48
Mar ^P	8,48
Abr ^P	8,55
May ^P	8,43
Jun ^P	8,49

Fuente: Información suministrada por el Sistema Financiero Nacional a la Comisión Nacional de Bancos y Seguros.

Actualizado por Henry Rodriguez- monetaria@bch.hn 17-mayo -2005

Localización del proyecto

Incentivos y Beneficios generales

- Más de 250 compañías han establecido operaciones en los últimos 10 años obteniendo excelentes niveles de eficiencia. Esto ha dado como resultado la expansión de operaciones a través del país, colocando a Honduras en la lista de países suplidores de productos de confección a los Estados Unidos en el siguiente orden: 1ero. entre los países del Caribe, 1ero. entre los países centroamericanos y 2do. en el mundo.
- Las inversiones extranjeras están seguras en Honduras
- El marco legal promueve las inversiones.
- Disponibilidad de incentivos para empresas exportadoras.
- Exención fiscal permanente.
- Amplia disponibilidad de mano de obra altamente productiva.
- Tasas competitivas de mano de obra (Salario Mínimo: \$ 0.98 por hora incluidos los beneficios).
- Tasas competitivas para renta de propiedades (\$3.50 a \$ 5.50 el pie cuadrado por año).
- Disponibilidad de profesionales bilingües calificados.
- Las mejores instalaciones portuarias de Centro América.
- La cercanía con Estados Unidos reduce el ciclo de producción y tiempo de entrega (48 horas por vía marítima o 2 horas por vía aérea a los puertos del sur de los Estados Unidos).

Otros Incentivos Ofrecidos por Honduras

Incentivos	Ley de Zonas	Ley de	Régimen Importación Temporal
------------	--------------	--------	------------------------------

	Libres	Zonas Industriales de Procesamiento (ZIP)	(RIT)
Importación de materias primas, componentes y otros bienes, libre de gravámenes y derechos arancelarios	100% de Exención	100% de Exención	100% Exención (Exportación fuera de Centro América)
Exportación libre de impuestos gravámenes	100% de Exención	100% de Exención	100% de Exención
Impuesto general de ventas (Local)	100% de Exención	100% de Exención	100% de Exención
Impuesto sobre las utilidades (Renta)	100% de Exención	100% de Exención	Sujeto a pago
Repatriación de Capital	100% de Exención	100% de Exención	A través del Banco Central
Impuesto sobre Repatriación de Capital	100% de Exención	100% de Exención	A través del Banco Central
Conversión de Divisas	Sin Restricción	Sin Restricción	A través del Banco Central
Desaduanaje	En el local de la Fábrica	En el local de la Fábrica	A través del Agente Aduanero
Ventas al Mercado local (si se desea)	5% del total de la producción, previa autorización del Ministerio de Industria y Comercio, (se pagan los impuestos de ley correspondientes)	Toda la producción, previa autorización del Ministerio de Industria y Comercio, (se pagan los impuestos de ley correspondientes)	No se puede vender en el Mercado local
Requisitos de	Pueden	Pueden	Pueden establecerse empresas

Eligibilidad	establecerse empresas industriales y comerciales	establecerse empresas industriales y de apoyo	industriales
Propiedad	Estatal/Privada	Privada	Privada

Envase, embalaje y etiqueta

Embalaje a granel en caja de cartón corrugado para envíos de hasta un kilo y en barriles plásticos para envíos de mayor peso

Empacados secciones menores en bolsas de papel

Etiqueta

Cantidad 1200 piezas

Material plata 925

Origen Tegucigalpa, Honduras

Fabricante Taller de fundición y pulido "Roseta Dorada"

Trademark ®

Peso Bruto 1.000 gramos

Peso Neto 1.200 gramos

Destino Miami, Florida

Consignatario Betty Flores

Estudio Económico

Precios y su formación

La forma más habitual de entrar en este mercado es mediante la venta directa o mediante representante, así, el esquema de la formación de precios puede resumirse como se expone a continuación.

Considerado el precio del producto habrá que añadirle una serie de costos para poder conocer aproximadamente cuál es su precio de venta al público en los EE.UU. y poder valorar si es un producto competitivo o no.

Al precio inicial F.O.B. (precio del producto embarcado en el avión en el aeropuerto de salida) hay que sumar el costo del flete y el seguro de transporte (en este caso, al tratarse de joyería los seguros son un poco más elevados que en el resto de bienes de consumo, y el costo de la cámara de seguridad para la mercancía), también hay que considerar la tarifa del agente en aduanas, el arancel (se incluye en los Anexos el arancel 2005 para las partidas consideradas), el costo del depósito de aduanas y una partida de otros costos (en la que se incluyen costos como llamadas telefónicas, faxes ...). Con ello se consigue el precio landed – en mercado destino.

Al precio en los EE.UU. habrá que añadirle, en caso de que se tenga representante, su comisión del representante. En caso de operar directamente con el detallista, esta comisión puede no aparecer. Tras ello el margen del detallista, que en los artículos de joyería suele ser superior al del resto de productos y los impuestos, consiguiendo así el precio venta público.

A diferencia de muchos países en que la base imponible para el cálculo de los derechos de importación es el valor Costo, Seguro y Flete (CIF) de la mercadería, en los EE.UU. la base imponible es el valor de aduana (aunque no

está definido como tal es similar al valor de transacción FOB, sin incluir los gastos de transporte y seguro).

Factor de Costo	Venta Directa		
	1Kg	10Kg	50Kg
Precio FOB	1.080	10.800	54.000
+ Flete aéreo	26,4	70,8	460,5
+ Seguro (0,3% sobre valor mercancía)	3,24	32,4	162
+ Cámara de seguridad y depósito de aduanas	11,77	117,72	588,6
+ Honorarios despachante: U\$S200-U\$S400	200	200	200
+ Aduanas			
+ Otros Gastos			
Bond fee (a/m) * 0.75% Sobre el Valor FOB Factura, (mínimo	100	100	405
Merchandising Processing Fee (a/m): 0.21% Sobre el Valor FOB Factura, (mínimo U\$S25)	25	25	113,4
Uso de terminal	25	25	25
Gastos de transporte interno (aéreo) U\$S0.25 por Kilo, U\$S 100 mínimo	100	100	100
Entrega de documentos si la mercadería llega a un agente U\$S50-U\$S75.	50	50	75
ISC Import Service Charge US\$ 50-75	50	50	75
+ Impuestos sobre la venta, (Miami 7%)	75,6	756	3780
	1.621	12.156	59.985
+ Margen venta mayorista (10%)	162,1	1215,6	5998,5
Precio al por mayor	1.783	13.372	65.983
+ Margen Detallista (200%)	3.565	26.743	131.966
Precio venta al público	5.348	40.115	197.949
Precio por gramo	5,35	4,01	3,96

Costos de Operación

empleados	Mano de obra directa	Capacidad productiva	
		piezas x hora	minutos x pieza
2	Inyección	30	0,5
1	Armado de arbolito	60	1
2	Limado	30	0,5
4	Esmerilado	15	0,25
1	Supervisión	60	1
1	Empaque	60	1
11		255	4,25
operando con 11 personas se producirían 255 piezas por hora			
el costo x hora de 11 personas es de		215,50	
el costo x pieza es de		1,39 lempiras	
*En dolares		0,07	
		piezas x hora	
1	Preparado del revestimiento	300	
	Sacado de horno de metales y volcar en tubos de acero	300	
	Desarmado y lavado del arbolito	100	
	Recocido y blanqueado de las piezas	300	
	Pulido a tambor	300	
De tal manera que una persona puede procesar aproximadamente 600 piezas x día			
el costo por pieza de mano de obra es de		0,26 lempiras	
*En dolares		0,01	
Mano de obra Indirecta		horas x pieza	
1	Modelador	6	
1	Molde	1	
2		7 horas x cada modelo nuevo	
costo por modelo:		137	
amortizado en las primeras 100 piezas:		1,37 lempiras	
*En dolares		0,07	

	sueldo base	bono asistencia	13avo mes	14avo. mes
Costo mano de obra x hora =	2400	1 día x semana	un mes x año	un mes x año
		120		
anual =	28800	5760	2400	2400
	seguro social	feriados con sueldo	vacaciones	prestaciones
	7%	11 días x año	20 días x año	un mes x año
	168			
anual =	2016	1320	2400	2400
total anual =	39360			
costo x mes =	3280			
costo x semana =	820			
costo x hora =	18,64 lempiras			
dolares x lempiras =	19,1			
*Hora mano de obra en dolares	0,98			

Costo de Producción En Dolares:			
Materiales directos			
Materia Prima	0,36	US\$ x gramo	
Cobre electrolítico	0,003	US\$ x gramo	
Cera para inyectar	0,015	US\$ x gramo	
total por gramo	0,38		
Mano de obra directa			
Mano de obra directa	0,15	dolares por pieza	
Materiales indirectos	0,03	dolares por pieza	
Total por pieza	0,18		
Otros Materiales indirectos			
s arilla de cera para armar U\$ 4 por metro			
Goma vulcanizable para moldes U\$ 15 por Kg		Mensual:	
Total	19 dolares		76
Otros materiales indirectos			
Amoniaco U\$ 2 por litro			
Detergente común U\$ 0,50 por litro			
Esmeril en banda U\$ 15 cada uno		Mensual:	
Total	62,5 dolares		250
Insumos			
Energía eléctrica		Mensual:	150
Agua			20
Total mensual			496
Capacidad instalada en piezas por día del primer año:			
	1 turno	2 turnos	3 turnos
Fundición :	1200	2400	3600
Terminación:	2040	4080	6120

Inversión Inicial

Activo Fijo

Equipo y maquinaria

Activo Fijo	En dolares
Horno para fundición de metales	489,76
Horno para tratamiento térmico	2.586,08
Máquina de extracción al vacío	2.028,70
Máquina vibradora con cámara de vacío	737,71
Prensa vulcanizadora	553,28
Inyectora de cera caliente	553,28
Tubo de acero perforado por 12 unidades	512,30
Goma de hule por 12 unidades	86,07
Tambor de pulido con motor	409,84
Munición acero inoxidable 3 kg	245,90
Pulidora manual 1Hp por 4 unidades	754,10
Torno 1/4 Hp	122,95
Mini equipo de soplete completo	389,35
Cajas para pulidora manual	1.475,42
Pinza para el crisol de horno	56,15
Pinza para sostener el tubo de acero	20,49
Juego de limas	15,57
Brusela	2,46
Banco para joyero	323,77
Soporte para torno	30,74
Mandril para anillos	31,97
Mandril para pulseras	65,57
Palo medida	18,44
Piedra arkansas 90x25	50
Pinza plana	17
Pinza redonda	17
Soplete para garrafa	55
Brusela para fuego	5
Desmoldante	20
Balanza eléctrica	115
Lima media caña	12
Soldador eléctrico para el arbolito	78,6
Mechas para perforar	5
Fresas para cera	5
Alicate articulado	50
Inversión	11.939,51
Flete contenedor de 20 pies cúbicos desde EEUU	1.500
Seguro marítimo US\$ 0,90 por cada 100 dolares	107,46
Equipo de oficina	3500
Inversión Inicial	17.046,97

Costos Fijos de fábrica		
	mensual	anual
Jefe de producción	1300	18200
asistente	500	7000
materiales indirectos	326	3912
insumos	170	2040
mantenimiento del equipo	50	600
alquiler de planta	450	5400
	2796	37152
Costos Fijos Administración		
Administración	1500	21000
asistente	500	7000
electricidad	30	360
telefono	70	840
suministros	70	840
alquiler de oficina	450	5400
	2620	35440
Costos Fijos ventas		
Agente de ventas Comex	1300	18200
viaticos y agente de ventas	3000	36000
atención al cliente (2)	800	11200
	5100	65400

Evaluación Económica

Flujo para sensibilizar	0	1	2	3	4	5								
cantidad		205.194	777.600	777.600	777.600	777.600								
precio		108	108	108	108	108								
costo variable		10%	10%	10%	10%	10%								
años														
periodo	0	1	2	3	4	5								
ingresos		221610	839.808	839.808	839.808	839.808								
venta activo														
costo variable		-20.519	-77.760	-77.760	-77.760	-77.760								
costo fijo		-286.405	-601262	-601262	-601262	-601262								
depreciación		-2.557	-2.557	-2.557	-2.557	-2.557								
valor libro														
UTILIDAD		-87.872	158.229	158.229	158.229	158.229								
impuesto		0	0	0	0	0								
UTILIDAD NETA		-87.872	158.229	158.229	158.229	158.229								
depreciación		2.557	2.557	2.557	2.557	2.557								
Inversión fija	-17.047													
capital de trabajo	-79.926													
valor residual														
flujo p/evaluación	-96.973	-85.315	160.786	160.786	160.786	244.974								
tasa de descuento	12%													
VAN	310.661													
Rendimiento	3,20													
Calculo de necesidades de capital de trabajo														
INGRESOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
precios (por gramo de plata)		108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	
proyección de ventas			1200	1800	2.700	4.050	6.075	9.113	13.669	20.503	30.755	46.132	69.198	
ingresos en dolares		0	1296	1944	2.916	4.374	6.561	9.842	14.762	22.143	33.215	49.823	74.734	
25% adelantado			324	486	729	1094	1640	2.460	3.691	5.536	8.304	12.456	18.683	
25% documento de embarque prom. 20 días				324	486	729	1094	1640	2.460	3.691	5.536	8.304	12.456	
50% contra recepción del pedido. 5 días				648	972	1458	2.187	3.281	4.921	7.381	11.072	16.608	24.911	
ingreso mensual		0	324	1458	2.187	3.281	4.921	7.381	11.072	16.608	24.911	37.367	56.050	

STOCK FISICO en piezas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ventas		1200	1800	2.700	4.050	6.075	9.118	13.669	20.503	30.755	46.132	69.198
inventario final	1200	1800	2.700	4.050	6.075	9.118	13.669	20.503	30.755	46.132	55.358	50.960
inventario inicial		1200	1800	2.700	4.050	6.075	9.118	13.669	20.503	30.755	46.132	55.358
programa de prod.	1200	1800	2.700	4.050	6.075	9.118	13.669	20.503	30.755	46.132	55.358	64.800
COSTOS												
materiales directos	0,38	por pieza										
mano de obra directa	0,18	por pieza										
costos fijos de fabric.	3752											
costos fijos de adm.	35440											
costos fijos de ventas	65400											
comisión	3%											
EGRESOS TOTALES												
mat.dir	456	684	1026	1539	2.309	3.463	5.194	7.791	11687	17.530	21036	24.624
mo.dir	216	324	486	729	1094	1640	2.460	3.691	5.536	8.304	9.965	11664
c.f.de prod.	2.796	2.796	2.796	2.796	2.796	4.596	2.796	2.796	2.796	2.796	2.796	4.596
gs de vts var.	0	10	44	66	98	148	221	332	498	747	1.121	1.682
c.f.de vts.	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	7.200	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	7.200
c.f.de adm.	2.620	2.620	2.620	2.620	2.620	4.620	2.620	2.620	2.620	2.620	2.620	4.620
EGRESOS	11.188	11.534	12.072	12.850	14.016	21.667	18.392	22.330	28.237	37.097	42.638	54.386
NECESIDADES DE CAPITAL DE TRABAJO												
ingresos	0	324	1.458	2.187	3.281	4.921	7.381	11.072	16.608	24.911	37.367	56.050
egresos	11.188	11.534	12.072	12.850	14.016	21.667	18.392	22.330	28.237	37.097	42.638	54.386
saldo mensual	-11.188	-11.210	-10.614	-10.663	-10.736	-16.746	-11.011	-11.258	-11.629	-12.186	-5.271	1.665
saldo acumulado	-11.188	-22.398	-21.823	-21.276	-21.399	-27.482	-27.757	-22.269	-22.888	-23.815	-17.457	-3.606
tasa de descuento	10%											
valor neto actual del capital de trabajo		-79.926										
DESCRIPCION DEL CICLO DE CAJA												
días en almacén	10											
días de producción	20											
días de prod. en alm.	5											
días de pago a proveedores	0											
días de cobro	25											
Necesidad de financiamiento	60	días										

Conclusiones

La reciente industrialización de la producción de joyería permite la entrada a nuevos productores.

Se trata de un producto que genera alta rentabilidad a lo largo de toda la cadena de valor.

El equilibrio financiero se logra al alcanzar el 90% de la producción de la capacidad instalada.

Los incentivos ofrecidos por Honduras reducen el riesgo empresarial y permiten que se genere mayor inversión en el país.

La partida de este producto no está catalogada entre los productos sensibles por parte de Estados Unidos, puesto que entra en la categoría de desgravación inmediata.

En el caso de desabastecimiento nacional de materia prima, se podrá optar por materiales importados con origen Cafta (México) gozando así de los beneficios obtenidos de este tratado.

Algunas de las variables que pueden influir la demanda son el Producto Interno Bruto, la inflación y el precio internacional de la plata.

Anexos

REQUISITOS A LA EXPORTACION

*Ventanilla Unica de Exportaciones e Inversiones
Ministerio de Industria y Comercio*

I.- REQUISITOS

- 1) Original y copia de la escritura de constitución
- 2) Registro Tributario de la Empresa (RTN)
- 3) Formulario de Declaración de Exportación autorizado por el Banco Central de Honduras (si la exportación es mayor de US\$3,000.00).
- 4) Certificado de Alcance Parcial cuando los productos a exportar tengan como destino México, Colombia o Venezuela (cualquier producto).
- 5) Certificado de Origen del Tratado de Libre Comercio con México (cuando los productos a exportar tengan como destino México).
- 6) Certificado de Origen del Sistema Generalizado de Preferencias, para las exportaciones a Europa, USA, Japón y Canadá.
- 7) Certificado de Registro de Libre Venta extendido por la Secretaría de Salud Pública (Productos envasados)
- 8) Permiso Sanitario de Exportación extendido por el Ministerio de Recursos Naturales (Productos de origen animal y vegetal)
- 9) Documento Unico Aduanero Centro Americano (entrada-salida importaciones/exportaciones) adjunto a la factura comercial (Forma DUA).

II. RESOLUCION

1 Día

**El permiso Zoosanitario debe solicitarse con 78 horas de anticipación.

III. COSTO

Permiso Sanitario: Fitosanitario:

Lps. 150.00 Sello de la Organización Internacional de Agricultura, OIRSA)
5.00 (Colegio de Agrónomos)
1.00 (Timbre)

Zoosanitario: Lps. 100.00

Documento Unico Centroamericano: Lps. 80.00 - 90.00 (Vendido por las Cámaras de Comercio e Industrias)

IV. INFORMACION:

VENTANILLA UNICA DE EXPORTACIONES E INVERSIONES
CENTRO DE TRÁMITES DE EXPORTACIONES Y DE INVERSIONES
Sitio: <http://www.sict.gob.hn>

TEGUCIGALPA:
Mrs. Concepción Mejía
Tel./Fax: (504) 222-5121, 222-0318

SAN PEDRO SULA
Mr. Omar Peraza
Tel.: (504) 557-3391, 557-3445, 557-3321
Fax: (504) 557-3538

Ley de Zonas Industriales de Procesamiento para las Exportaciones

DECRETO No. 37-87

EL CONGRESO NACIONAL

CONSIDERANDO: Que es responsabilidad del Gobierno de la República, propiciar mediante la legislación adecuada la creación de empleo.

CONSIDERANDO: Que las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP), de administración privada en países con similares condiciones económicas que las de Honduras, han demostrado ser un mecanismo eficaz en la creación masiva de empleo, contribuyendo a diversificar la base industrial, generando un rápido crecimiento y mayor empleo indirecto en la economía.

CONSIDERANDO: Que Honduras debe unirse urgentemente a este grupo de países, desarrollando las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP), a fin de lograr la creación de empleo permanente en gran escala, para lo cual debe competir eficientemente con otros países, brindando los servicios e incentivos que requiere el fabricante e inversionista extranjero, aprovechando su posición geográfica en el rea Centroamericana y del Caribe y la experiencia de otros Estados.

CONSIDERANDO: Que existe consenso entre las organizaciones más representativas del sector empresarial agrupadas en el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP); de los trabajadores Organizados, agrupados en la Central General de Trabajadores (CGT) y Confederación de Trabajadores de Honduras (CTH); sobre los beneficios que la creación de las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP), acarrearía para el desarrollo nacional.

POR TANTO,
DECRETA:
La siguiente:

**LEY CONSTITUTIVA DE LAS ZONAS INDUSTRIALES DE PROCESAMIENTO
PARA EXPORTACIONES (ZIP)**

CAPITULO I

CREACION, DEFINICION Y REGIMEN APLICABLE

Artículo 1.- Créanse las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP), de propiedad y administración privada, cuya organización, funcionamiento y control están regulados por la presente Ley, sus Reglamentos y demás leyes que le fueren aplicables.

Artículo 2.- Las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP), de propiedad y administración privada, son reas geográficas del territorio nacional aprobadas y delimitadas por el poder Ejecutivo por medio de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio; sometidas a la vigilancia fiscal del Estado y sin población residente, creadas con el propósito de fomentar mediante el uso de mano de obra local, la industria manufacturera y de servicios orientada exclusivamente a la exportación, promoviendo el establecimiento y funcionamiento en la zona de empresas industriales básicamente de exportación y comerciales de apoyo a la actividad industrial y cuyo propósito sea el de abastecer bienes o servicios dentro de la Zona, bajo el régimen que se establece en la presente Ley.

Artículo 3.- Los bienes y mercaderías que se importen y/o exporten amparados en la presente Ley, gozarán de exoneración total del pago de derechos arancelarios, derechos consulares, cargas y recargos, impuestos internos de consumo, producción, venta y demás impuestos, gravámenes, tasas y sobretasas. De igual manera, las ventas y producción que se generen dentro de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones y los inmuebles y establecimientos industriales y comerciales de la misma, quedan exentos del pago de impuestos estatales y municipales.

Las utilidades que obtengan en sus operaciones las empresas usuarias establecidas en las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP), quedan exoneradas del pago de Impuesto sobre la Renta. No gozarán de este beneficio las personas naturales o jurídicas extranjeras, cuando la legislación de sus respectivos países les permite deducir o acreditar el Impuesto Sobre la Renta pagado en Honduras de los impuestos a pagar en su país de origen.

Los ingresos por concepto de salarios y demás rentas personales similares, de las personas que laboren en las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP), pagarán el Impuesto Sobre la Renta y municipales de conformidad con la Ley que regula la materia.

CAPITULO II

DE LA SOCIEDAD OPERADORA, REQUISITOS, AUTORIZACION Y FACULTADES

Artículo 4.- Para operar una Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones se requiere:

a) Constituirse como Sociedad Anónima de capital fijo, suscrito y pagado en una cantidad fija, suscrito y pagado en una cantidad no menor de DOS MILLONES DE LEMPIRAS (.2,000.000.00);

b) Tener como finalidad exclusiva la explotación de Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP),

c) Acreditar la disponibilidad del inmueble requerido para los fines de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, y,

d) Acreditar la disponibilidad de los recursos técnicos y financieros, para promoción, prestar los servicios y desarrollar la infraestructura requerida para generar un mínimo de cinco mil empleos nuevos dentro de un período de cinco años.

Artículo 5.- La autorización para constituir la sociedad operadora de la Zona Industrial de Procesamientos para Exportaciones y la Aprobación y delimitación de la misma deber ser solicitada al Poder Ejecutivo por intermedio de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio, por sus promotores y organizadores.

Artículo 6.- Con la solicitud a que se refiere al Artículo, que deber contener el nombre, nacionalidad, y domicilio de cada uno de los organizadores o promotores, se acompañar:

a) El Proyecto de escritura pública de constitución y los estatutos.

b) La estructura financiera, administrativa, y las proyecciones del desenvolvimiento de la empresa para DIEZ (10) años;

c) Un estudio que justifique el establecimiento de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones que se propone; y,

d) Los planos de la Zona y las instalaciones proyectadas, indicando la capacidad y las especificaciones pertinentes.

Artículo 7.- El Poder Ejecutivo por medio de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio, y de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en lo que fuera pertinente, deber asegurarse mediante las investigaciones que estime conveniente:

a) Que el interés público y las circunstancias generales y locales justifiquen la autorización;

b) Que las bases del financiamiento, organización, dirección y administración, garantizan racionalmente la seguridad de los intereses fiscales del Estado:

c) Que se dispone de capacidad para proporcionar a los usuarios de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, los servicios que requiere el

proceso industrial de transformación para la exportación, incluyendo los de promoción y contratación de mano de obra; y,

d) Que las instalaciones proyectadas ofrezcan las suficientes garantías de control fiscal.

Si hubiere lugar a la autorización, el Poder Ejecutivo por medio de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio la conceder , para el otorgamiento o formalización de la Escritura conforme al Proyecto presentado, y delimitar la Zona.

Artículo 8.- El Poder Ejecutivo por medio de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio, a la presentación de la Escritura de constitución debidamente calificada y registrada, autorizar la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones adjudicándole los derechos de explotación, desarrollo y manejo a la Sociedad Operadora constituida, en el área delimitada.

Artículo 9.- Los derechos conferidos a la sociedad sólo son transferibles con autorización del Estado, en cuyo caso el adquirente deber reunir los mismos requisitos que el titular, establecidos en el Artículo 4 y siguientes de este Decreto.

Artículo 10.- La Sociedad Operadora autorizada, es directamente responsable de la dirección, administración y manejo de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones y podrá:

a) Construir todo tipo de instalaciones industriales, y de servicios y la infraestructura que se requiera;

b) Celebrar toda clase de contratos de lícito comercio, tales como compra-venta, arrendamiento, permuta, depósito, lo mismo que establecer cualquier obligación sobre los bienes de su propiedad;

c) Prestar toda clase de servicios requeridos en la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, instalándolos, controlándolos y destinándolos a las personas naturales o jurídicas que operen en el área como usuarios y de los trabajadores, de conformidad con las leyes respectivas; y,

d) Promocionar la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones.

Artículo 11. La Sociedad autorizada para operar la Zona Industrial de de Procesamiento para Exportaciones, gozar de los siguientes beneficios fiscales:

a) Importación libre de gravámenes, derechos arancelarios, cargas, recargos, derechos consulares, impuestos internos de consumo y venta y demás impuestos, tasas y gravámenes que tengan relación directa o indirectamente con las operaciones aduaneras de importación, de todos los bienes que importe y que sean aplicados o incorporados exclusivamente al desarrollo y exploración de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, incluyendo materiales de construcción, equipo, repuestos, maquinaria y equipo de oficina, siempre y cuando estos bienes no se produzcan en el país y con

previa autorización de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio; y,

b) Exención de Impuestos Sobre la Renta por 20 años e Impuestos Municipales por 10 años.

Artículo 12.- Una misma sociedad podrá ser autorizada para operar más de una Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones. Cuando una Sociedad autorizada para operar una Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, solicite autorización para explotar nuevas zonas, estará exenta de cumplir con los requisitos relativos a la constitución social, quedando obligada a los restantes establecidos en esta Ley, incluyendo la inversión de dos millones de lempiras de capital propio por cada zona industrial.

CAPITULO III

DE LOS USUARIOS Y LAS OPERACIONES

Artículo 13.- Toda persona natural o jurídica hondureña o extranjera, previo contrato con la Sociedad Operadora, podrá adquirir o arrendar a cualquier título o forma contractual los bienes o servicios disponibles en la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, para los efectos de Procesamiento industrial para exportación o para la prestación de servicios complementarios en la Zona.

Artículo 14.- Las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras que hubieren contratado con la Sociedad Operadora de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, su establecimiento en la Zona, podrán realizar las siguientes operaciones:

a) Introducir, retirar, almacenar, manipular, embalar, exhibir, empacar, desempacar, comprar, vender, permutar, manufacturar, mezclar, transformar, refinar, destilar, armar, cortar, beneficiar, y en general operar toda clase de mercancías, productos o materias primas, envases, y demás efectos de comercio y cualquier otra actividad similar, afín o igual, con la única excepción de los artículos cuya importación, exportación, comercio y fabricación, sea prohibida de conformidad con las leyes vigentes; y, b) Toda clase de operaciones, transacciones, negociaciones y actividades permanentes o incidentes afines al establecimiento y funcionamiento dentro de la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones siempre y cuando no estuvieren prohibidas por la Ley. Las operaciones a que se refiere el presente Artículo quedan sometidas a la supervisión y vigilancia de la autoridad aduanera competente de conformidad con lo que disponga este Decreto.

CAPITULO IV

DE LOS BIENES O MERCANCIAS

Artículo 15.- Las mercancías que se hayan introducido a la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones y que no hayan sido sometidas dentro de

ésta a ningún proceso industrial de transformación o manufactura, podrán ser reexportadas conservando su certificado de origen con que ingresaron a la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, libres de todo impuesto, derechos, gravámenes y demás contribuciones fiscales, impuestos municipales o distritales de cualquier tipo, siempre que no se realicen con propósito de competencia desleal.

Artículo 16.- Las mercancías extranjeras que se hayan introducido a la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, y que no hayan sido sometidas dentro de ésta a ningún proceso industrial de transformación o manufactura, no podrán ser importadas para uso o consumo definitivo en el país.

Artículo 17.- Todas las mercancías de origen nacional para ser introducidas a la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, deberán cumplir con todos los requisitos y formalidades establecidas en la legislación aduanera y demás leyes y reglamentos del país, incluidas las disposiciones de tipo monetario y cambiario.

Artículo 18.- Las mercancías que en la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones hayan sido sometidas a cualquier proceso de transformación o manufactura, podrán ser importadas para uso o consumo definitivo en el país, siempre y cuando no haya producción nacional de las mismas, previa autorización de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio, pagando los derechos arancelarios y demás gravámenes que correspondan en cumplimiento de la legislación aduanera y demás Leyes y Reglamentos aplicables.

Artículo 19.- Las mercancías de origen hondureño introducidas directamente desde Honduras en la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, y que hayan sido sometidas en la misma a un proceso de transformación o manufactura, podrán ser exportadas libres de todo impuesto, derechos, gravámenes y demás contribuciones fiscales municipales o distritales que tengan relación directa o indirecta con las operaciones aduaneras de exportación, salvo limitaciones contenidas en convenios suscritos por Honduras que establezcan restricciones o cuotas de exportación.

Artículo 20.- Los usuarios de una Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones podrán otorgar contratos de manufactura a otras personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras localizadas en otras partes del territorio nacional. En estos casos, estas personas podrán internar temporalmente bienes en el territorio nacional procedentes de las Zonas, para su uso en el proceso de manufactura objeto de estos contratos, con sujeción a las disposiciones del Régimen de Importación Temporal que esté en vigencia.

Artículo 21.- Todo usuario de una Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, podrá transferir a cualquier título, bienes y servicios a otro usuario localizado en una Zona, con la aprobación de la autoridad aduanera correspondiente.

Artículo 22.- Toda mercancía que llegue a una Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, deber constar en un manifiesto y estar consignada a una persona natural o jurídica establecida dentro de dicha Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones o a las personas que hayan obtenido autorización especial y temporal previa de la Sociedad Operadora para recibir y despachar mercadería. También podrán consignarse a la sociedad Operadora, la cual servir como agente del embarcador para los efectos del recibo y despacho de dichas mercancías. En este caso las mercancías serán almacenadas y manejadas a la orden del dueño respectivo, mientras éste no designe a otra persona que lo represente y que sea aceptada por la Sociedad Operadora. Para los efectos legales pertinentes, el dueño y su representante responderán solidariamente como si fueran consignatarios de la mercancía ante la citada Sociedad Operadora. Las operaciones de almacenamiento a que se refiere este Artículo no se consideran como de almacenes fiscales privados definidos en la Ley de Aduanas.

CAPITULO V

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 23.- Las actividades realizadas dentro de una Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, serán consideradas como servicio público, y las personas naturales o jurídicas que operen en las mismas no estarán sujetas a la Ley de Representantes, Distribuidores y Agentes de Empresas Nacionales y Extranjeras, ni estar n sujetas a licencias, permisos, registros o autorizaciones previas de importación o exportación, ni requerirán en sus operaciones carnet de importador-exportador.

Las empresas que operan en la Zona, otorgarán a sus trabajadores todos los beneficios establecidos en la Legislación Laboral vigente. Cualquier conflicto laboral deber ser solucionado conforme los procedimientos establecidos en el Código de Trabajo en lo que se refiere a servicios públicos, para evitar cualquier interrupción en la producción de las empresas, que interfieran con los compromisos de exportación de sus productos.

Artículo 24.- El Poder Ejecutivo por medio de las Secretarías de Estado en los Despachos de Economía y Comercio y Hacienda y Crédito Público, establecer los controles y mecanismos necesarios para proteger los intereses fiscales sin obstaculizar o entorpecer los procesos de importación, producción o exportación, teniendo en cuenta la naturaleza de las Zonas y los fines perseguidos en esta Ley. Los funcionarios o empleados del Estado delegados en la Zona Industrial de Procesamiento para Exportaciones, tendrán facultades de decisión en la resolución de los asuntos de su competencia y resolverán los mismos en forma expedita de conformidad con esta Ley y sus Reglamentos. Igualmente la Secretaría de Gobernación y Justicia, autorizar mediante permisos especiales el ingreso y permanencia en el país del personal técnico y de dirección de las empresas usuarias.

CAPITULO VI

SANCIONES

Artículo 25.- Sin perjuicio de las acciones penales, la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio, impondrá multa Administrativa, en los montos y mediante el procedimiento que se determine en el Reglamento de esta Ley a las personas beneficiarias que incurran en cualquiera de las infracciones siguientes:

a) Incumplimiento de cualquiera de las obligaciones establecidas en la presente Ley y sus Reglamentos:

b) Incumplimiento de las obligaciones y requisitos contenidos en el Acuerdo de Autorización de las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP); y,

c) Incumplimiento de los instructivos y demás disposiciones emanadas de la Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio.

Artículo 26.- El Poder Ejecutivo por medio de las Secretarías de Estado en los Despachos de Economía y Comercio, y, Hacienda y Crédito Público, emitir el Reglamento de la presente Ley dentro de los sesenta (60) días posteriores a su entrada en vigencia.

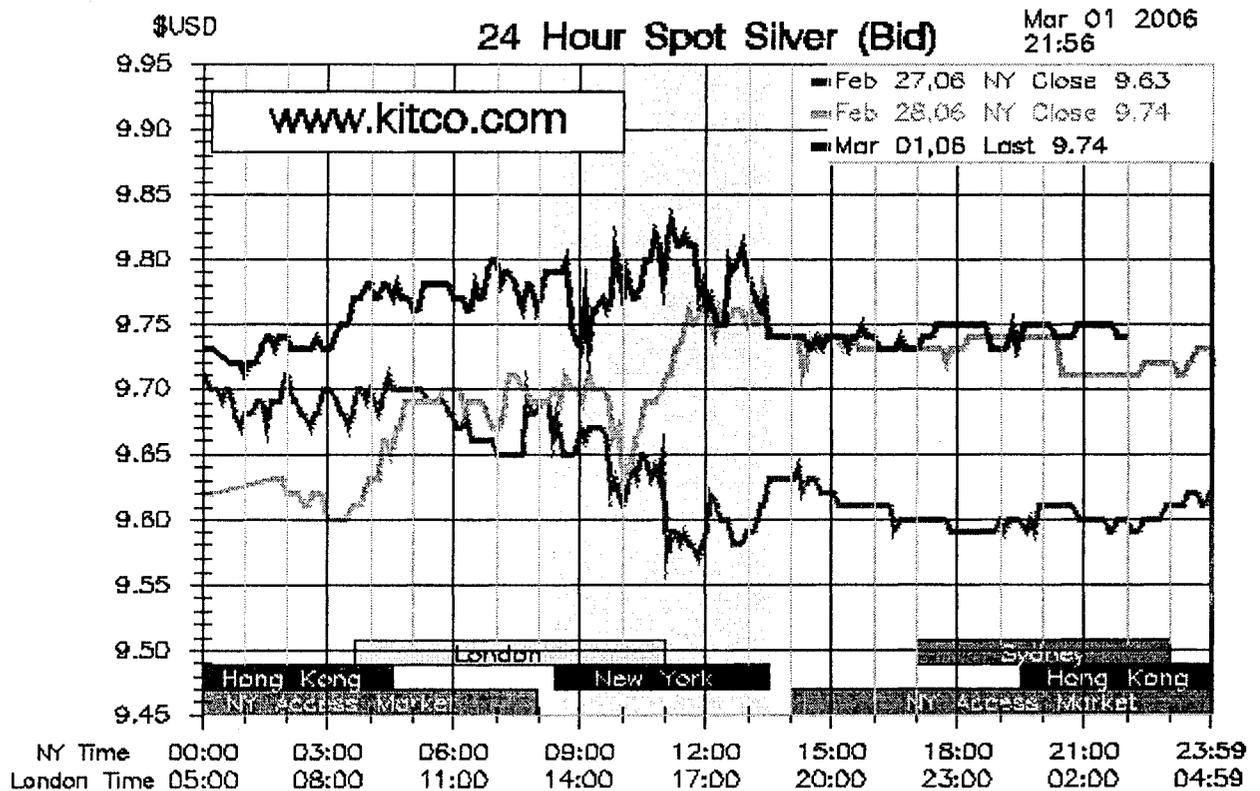
Artículo 27.- La presente Ley entrará en vigencia veinte (20) días después de su publicación en el Diario Oficial "La Gaceta".

Dado en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, en el Salón de Sesiones del Congreso Nacional, a los siete días del mes de abril de mil novecientos ochenta y siete.

Al Poder Ejecutivo
Por Tanto: Ejecútese
Tegucigalpa, M.D.C.
Igualmente la Secretaría de Gobernación

Precio internacional de la plata

Silver



ESTADOS UNIDOS

Aranceles de Importación e Impuestos Internos:

- Los aranceles de importación se encuentran disponibles en forma gratuita en la website de la Comisión de Comercio Internacional: www.usitc.gov.

- Para obtener los impuestos internos se pueden efectuar las consultas en los sitios de cada uno de los Estados, estos sitios son similares, lo único que varía es el Código del Estado. A modo de ejemplo:

Estado de Maryland: www.state.md.us

Estado de Virginia: www.state.va.us

Requisitos y Restricciones al Ingreso: Se pueden obtener en la website del Servicio de Aduanas: www.customs.gov

También se pueden obtener todas las Regulaciones en el "Código de Regulaciones Federales", cuya website es: www.gpoaccess.gov/cfr/index.html

Estadísticas de Comercio Exterior: Estas también se pueden obtener en forma gratuita en www.usitc.gov

Listados de Importadores y Distribuidores: No existe una base de datos gratuita.

Hay un Directorio de Importadores publicado por el "PIERS Publishing Group".

Datos sobre precios se pueden consultar en www.pierspub.com

Otros sitios de Interés:

Legislación:

- Code of Federal Regulations (CFR): <http://access.gpo.gov/nara/cfr/index.html>

Código de los EE.UU. (US Code): <http://access.gpo.gov/congress/cong013.html>

- Legislación comercial: www.businesslaw.gov

Poder Ejecutivo:

- Departamento de Comercio: www.doc.gov
 - Departamento de Energía: www.energy.gov
 - Departamento de Agricultura: www.usda.gov
 - Departamento de Transporte: www.dot.gov
 - Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano: www.hud.gov
 - Departamento del Tesoro: www.ustreas.gov
 - Agencia de Medio Ambiente: www.epa.gov
 - Oficina del Representante Comercial: www.ustr.gov
 - Indicadores económicos: www.economicindicators.gov
 - Estadísticas federales: www.fedstats.gov
 - Oficina de Censo: www.census.gov
 - Oficina de Análisis Económico: www.bea.gov
 - Estadísticas Agrícolas: www.fas.usda.gov
 - US International Trade Commission (USITC): www.usitc.gov
 - Tarifa de Aduanas (HTSUS): <http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff2004.asp>
 - Tarifa completa por capítulos con notas explicativas y anexos:
<http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff/tochtml>
 - Derechos Antidumping y Compensatorios:
http://www.usitc.gov/7ops/ad_cvd_orders.htm
 - Comisión Federal de Comercio: www.ftc.gov
 - Comisión de Seguridad de Productos de Consumo: www.cpsc.gov
 - Oficina de Textiles: <http://otexa.ita.doc.gov>
 - Administración del Comercio Internacional: <http://www.ita.doc.gov>
 - Oficina de Patentes y Marcas: www.uspto.gov
 - Zonas francas: <http://ia.ita.doc.gov/ftzpage/index.html>
<http://ia.ita.doc.gov/ftapage/grantee/links.html>
 - Gateway to Government Food Safety Information: <http://www.foodsafety.gov/>
 - Food and Drug Administration: www.fda.gov
 - Center for Biologics Evaluation and Research (CBER):
<http://www.fda.gov/cber/>
 - Center for Devices and Radiological Health (CDRH):
<http://www.fda.gov/cdrh/index.html>
 - Center for Drug Evaluation and Research (CDER):
<http://www.fda.gov/cder/>
 - Center for Food Safety and Applied Nutrition (CFSAN):
<http://vm.cfsan.fda.gov/list.html>
 - Center for Veterinary Medicine (CVM):
<http://www.fda.gov/cvm/default.html>
 - National Center for Toxicological Research (NCTR):
<http://www.fda.gov/nctr/index.html>
 - US Trade and Development Agency: www.tda.gov
 - Información por Industrias: www.trade.gov.site.index.html
 - Administración de Pequeña y Mediana Empresa: www.sba.gov
 - Office of International Trade (SBA): www.sba.gov/oit/index.html
 - Export Import bank (EXIM Bank): www.exim.gov
 - Overseas Private Investment Corporation www.opic.gov
www.export.gov
- Otros:
- Cámara de Comercio de los EE.UU.: www.uschamber.com

- Asociación Nacional de Industriales: www.nam.org
- National Business Association: www.nationalbusiness.org/index.htm
- National Customs Brokers & Forwarders Association of America:
www.ncbfaa.org
- Fletes: The Journal of Commerce: <http://www.joc.com/gta/pointsearch.shtml>

ESTADOS UNIDOS: MIAMI

Aranceles de Importación e Impuestos Internos:

U.S. Customs and Border Protection - Servicio de Aduanas de los Estados Unidos

Contacto: Cristina Torrens

Tel: (305) 869-2699

Fax: (305) 869-2804

Email: nieves.torrens@dhs.gov

Aranceles de Importación:

United States International Trade Commission www.usitc.gov

Requisitos y restricciones al Ingreso:

U.S. Customs and Border Protection

Contacto: Cristina Torrens

Tel: (305) 869-2699

Fax: (305) 869-2804

Email: nieves.torrens@dhs.gov

Estadísticas de Comercio Exterior:

United States International Trade Commission

www.usitc.gov

Enterprise Florida

Contacto: Janet Janarian

Tel: (407) 316-4506

Fax: (407) 316-4599

Email: jjainarain@eflorida.com

www.eflorida.com

Enterprise Florida

www.eflorida.com

Florida Department of Agriculture and Consumer Services -

Departamento de Agricultura y Servicios al Consumidor de Florida

www.doacs.state.fl.us

The Official Site of Florida (Página de Internet Gobierno de Florida)

www.myflorida.com

Sitio Oficial del Estado de Florida que brinda información básica sobre las sociedades registradas www.sunbiz.org

Otros Sitios de interés:

U.S. Customs and Border Protection - Servicio de Aduanas de los Estados Unidos www.customs.treas.gov

**Harmonized Tariff Schedule of the United States (2005) –
Supplement 1**

Annotated for Statistical Reporting Purposes

SECTION XIV

NATURAL OR CULTURED PEARLS, PRECIOUS

OR SEMIPRECIOUS STONES, PRECIOUS METALS,

METALS CLAD WITH PRECIOUS METAL,
AND ARTICLES THEREOF;
IMITATION JEWELRY; COIN
XIV-1

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2005) – Supplement 1

Annotated for Statistical Reporting Purposes

CHAPTER 71

NATURAL OR CULTURED PEARLS, PRECIOUS
OR SEMIPRECIOUS STONES, PRECIOUS METALS,
METALS CLAD WITH PRECIOUS METAL,
AND ARTICLES THEREOF;

IMITATION JEWELRY; COIN

XIV

71-1

Notes

1. Subject to note 1(a) to section VI and except as provided below, all articles consisting wholly or partly:

(a) Of natural or cultured pearls or of precious or semiprecious stones (natural, synthetic or reconstructed), or

(b) Of precious metal or of metal clad with precious metal, are to be classified in this chapter.

2. (a) Headings 7113, 7114 and 7115 do not cover articles in which precious metal or metal clad with precious metal is present as minor constituents only, such as minor fittings or minor ornamentation (for example, monograms, ferrules and rims), and paragraph (b) of the foregoing note does not apply to such articles.

(b) Heading 7116 does not cover articles containing precious metal or metal clad with precious metal (other than as minor constituents).

3. This chapter does not cover:

(a) Amalgams of precious metal or colloidal precious metal (heading 2843);

(b) Sterile surgical suture materials, dental fillings or other goods of chapter 30;

(c) Goods of chapter 32 (for example, lustres);

(d) Supported catalysts (heading 3815);

(e) Articles of heading 4202 or 4203 referred to in note 2(B) to chapter 42;

(f) Articles of heading 4303 or 4304;

(g) Goods of section XI (textiles and textile articles);

(h) Footwear, headgear or other articles of chapter 64 or 65;

(ij) Umbrellas, walking-sticks or other articles of chapter 66;

(k) Abrasive goods of heading 6804 or 6805 or chapter 82, containing dust or powder of precious or semiprecious stones (natural or synthetic); articles of chapter 82 with a working part of precious or semiprecious stones (natural, synthetic or reconstructed); machinery, mechanical appliances or electrical goods, or parts thereof, of section XVI. However, articles and parts thereof, wholly of precious or semiprecious stones (natural, synthetic or reconstructed)

remain classified in this chapter, except unmounted worked sapphires and diamonds for styli (heading 8522);

(l) Articles of chapter 90, 91 or 92 (scientific instruments, clocks and watches, musical instruments);

(m) Arms or parts thereof (chapter 93);

(n) Articles covered by note 2 to chapter 95;

(o) Articles classified in chapter 96 by virtue of note 4 to that chapter; or

(p) Original sculptures or statuary (heading 9703), collectors' pieces (heading 9705) or antiques of an age exceeding one hundred years (heading 9706), other than natural or cultured pearls or precious or semiprecious stones.

4. (a) The expression "precious metal" means silver, gold and platinum.

(b) The expression "platinum" means platinum, iridium, osmium, palladium, rhodium and ruthenium.

(c) The expression "precious or semiprecious stones" does not include any of the substances specified in note 2(b) to chapter 96.

5. For the purposes of this chapter, any alloy (including a sintered mixture and an inter-metallic compound) containing precious metal is to be treated as an alloy of precious metal if any one precious metal constitutes as much as 2 percent, by weight, of the alloy. Alloys of precious metal are to be classified according to the following rules:

(a) An alloy containing 2 percent or more, by weight, of platinum is to be treated as an alloy of platinum;

(b) An alloy containing 2 percent or more, by weight, of gold but no platinum, or less than 2 percent, by weight, of platinum, is to be treated as an alloy of gold;

(c) Other alloys containing 2 percent or more, by weight, of silver are to be treated as alloys of silver.

6. Except where the context otherwise requires, any reference in the tariff schedule to precious metal or to any particular precious metal includes a reference to alloys treated as alloys of precious metal or of the particular metal in accordance with the rules in note 5 above, but not to metal clad with precious metal or to base metal or non-metals plated with precious metal.

7. Throughout the tariff schedule the expression "metal clad with precious metal" means material made with a base of metal upon one or more surfaces of which there is affixed by soldering, brazing, welding, hot-rolling or similar mechanical means a covering of precious metal. Except where the context otherwise requires, the expression also covers base metal inlaid with precious metal.

8. Subject to note 1(a) to section VI, goods answering to a description in heading

7112 are to be classified in that heading and in no other heading of the tariff schedule.

9. For the purposes of heading 7113, the expression "articles of jewelry" means:

(a) Any small objects of personal adornment (gem-set or not) (for example,

rings, bracelets, necklaces, brooches, earrings, watch chains, fobs, pendants, tie pins, cuff links, dress studs, religious or other medals and insignia); and **(b)** Articles of personal use of a kind normally carried in the pocket, in the handbag or on the person (such as cigarette cases, powder boxes, chain purses or pill boxes).

10. For the purposes of heading 7114, the expression "articles of goldsmiths' or silversmiths' wares" includes such articles as ornaments, tableware, toilet-ware, smokers' articles and other articles of household, office or religious use.

11. For the purposes of heading 7117, the expression "imitation jewelry" means articles of jewelry within the meaning of paragraph **(a)** of note 9 above (but not including buttons or other articles of heading 9606, or dress combs, hair slides or the like, or hairpins, of heading 9615), not incorporating natural or cultured pearls, precious or semiprecious stones (natural, synthetic or reconstructed) nor (except as plating or as minor constituents) precious metal or metal clad with precious metal.

Subheading Notes

1. For the purposes of subheadings 7106.10, 7108.11, 7110.11, 7110.21, 7110.31 and 7110.41, the expressions "powder" and "in powder form" mean products of which 90 percent or more by weight passes through a sieve having a mesh aperture of 0.5 mm.

2. Notwithstanding the provisions of note 4(b), for the purposes of subheadings 7110.11 and 7110.19, the expression "platinum" does not include iridium, osmium, palladium, rhodium or ruthenium.

3. For the classification of alloys in the subheadings of heading 7110, each alloy is to be classified with that metal, platinum, palladium, rhodium, iridium, osmium or ruthenium, which predominates by weight over each other of these metals.

Additional U.S. Notes

1. For the purposes of subchapter II, unless the context otherwise requires:

(a) The term "unwrought" refers to metals, whether or not refined, in the form of ingots, blocks, lumps, billets, cakes, slabs, pigs, cathodes, anodes, briquettes, cubes, sticks, grains, sponge, pellets, shot and similar manufactured primary forms, but does not cover rolled, forged, drawn or extruded products, tubular products or cast or sintered forms which have been machined or processed otherwise than by simple trimming, scalping or descaling;

(b) The term "semimanufactured" refers to wrought metal products in the form of bars, rods, sections, plates, sheets, strips, wire, tubes, pipes and hollow bars, and to powder (other than primary metals in powder form);

(c) The term "waste and scrap" refers to materials and articles which are second-hand or waste or refuse, or are obsolete, defective or damaged, and which are fit only for the recovery of the metal content or for use in the manufacture of chemicals. It includes residues and ashes of a kind used

principally for the recovery of precious metals, but does not include metals in unwrought form or metal-bearing materials provided for in heading 2616.

2. Coin provided for in heading 7118 which is currently in circulation in any country and is imported for monetary purposes shall be admitted without formal customs consumption entry or the payment of duty. This does not affect any requirements under other provisions of law to the effect that transfers of coin into or through the United States, in an amount exceeding \$10,000 on any one occasion, shall be reported as described therein.

3. **(a)** Notwithstanding any provision in additional U.S. note 5 to chapter 91, any article of jewelry provided for in heading 7113 which is the product of the Virgin Islands, Guam, or American Samoa (including any such article which contains any foreign component) shall be eligible for the benefits provided in paragraph (h) of additional U.S. note 5 to chapter 91, subject to the provisions and limitations of that note and of paragraphs (b), (c), and (d) of this note.

(b) Notwithstanding additional U.S. Note 5(h)(ii)(B) to chapter 91, articles of jewelry subject to this note shall be subject to a limitation of 10,000,000 units.

(c) Nothing in this note shall result in an increase or a decrease in the aggregate amount referred to in paragraph (h)(iii) of, or the quantitative limitation otherwise established pursuant to the requirements of, additional U.S. note 5 to chapter 91.

(d) Nothing in this note shall be construed to permit a reduction in the amount available to watch producers under paragraph (h)(iv) of additional U.S. note 5 to chapter 91.

(e) The Secretary of Commerce and the Secretary of the Interior shall issue such regulations, not inconsistent with the provisions of this note and additional U.S. note 5 to chapter 91, as the Secretaries determine necessary to carry out their respective duties under this note. Such regulations shall not be inconsistent with substantial transformation requirements but may define the circumstances under which articles of jewelry shall be deemed to be 'units' for purposes of the benefits, provisions, and limitations of additional U.S. note 5 to chapter 91.

(f) Notwithstanding any other provision of law, any article of jewelry provided for in Heading 7113 that is assembled in the Virgin Islands, Guam, or American Samoa by a jewelry manufacturer or jewelry assembler that commenced jewelry manufacturing or jewelry assembly operations in the Virgin Islands, Guam, or American Samoa after August 9, 2001, shall be treated as a product of the Virgin Islands, Guam, or American Samoa for purposes of this note and General Note 3(a)(iv) of this Schedule if such article is entered no later than 18 months after such jewelry manufacturer or jewelry assembler commenced jewelry manufacturing or jewelry assembly operations in the Virgin Islands, Guam, or American Samoa.

XIV
71-8

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		2
				1		
				General	Special	
7113		III. JEWELRY, GOLDSMITHS' AND SILVERSMITHS' WARES AND OTHER ARTICLES				
		Articles of jewelry and parts thereof, of precious metal or of metal clad with precious metal:				
		Of precious metal whether or not plated or clad with precious metal:				
7113.11		Of silver, whether or not plated or clad with other precious metal:				
7113.11.10	00	Rope, curb, cable, chain and similar articles produced in continuous lengths, all the foregoing, whether or not cut to specific lengths and whether or not set with imitation pearls or imitation gemstones, suitable for use in the manufacture of articles provided for in this heading	X	6.3%	Free (A,AU,CA, CL,E,IL,J,JO, MX) 3.1% (SG)	80%
7113.11.20	00	Other: Valued not over \$18 per dozen pieces or parts	X	13.5%	Free (A,AU,CA, CL,E,IL,J,JO, MX) 10.1% (SG)	110%
7113.11.50	00	Other	X	5%	Free (A,AU,CA, CL,E,IL,J,JO, MX) 2.5% (SG)	80%
7113.10		Of other precious metal, whether or not plated or				

Estadísticas de Importación en Estados Unidos

USITC Trade Database--Web Access

US imports for consumption at Customs value for HTS8 71131110:

by sources, in descending value of 2004 imports

Source	2002	2003	2004		2005		Percent change YTD2004- YTD2005
	--thousand dollars--			Percent of total	January-June		
					--thousand dollars--		
All sources	\$8,414.7	\$11,158.0	\$6,643.3	100.0%	\$2,838.9	\$7,835.5	176.0%
Italy	\$2,722.8	\$4,403.7	\$2,094.7	31.5%	\$1,082.3	\$1,213.1	12.1%
India	\$1,278.6	\$2,341.0	\$1,057.5	15.9%	\$431.1	\$1,710.2	296.7%
France	\$2,055.2	\$1,696.9	\$600.1	9.0%	\$302.8	\$209.5	-30.8%
Mexico	\$729.2	\$204.2	\$365.0	5.5%	\$106.2	\$3,297.1	3,004.6%
Indonesia	\$99.3	\$150.5	\$352.9	5.3%	\$113.5	\$161.5	42.3%
Thailand	\$103.3	\$309.5	\$345.0	5.2%	\$37.0	\$93.7	153.2%

Germany	\$283.7	\$158.3	\$335.7	5.1%	\$175.4	\$164.5	-6.2%
China	\$255.8	\$271.4	\$290.9	4.4%	\$117.7	\$147.2	25.1%
Canada	\$208.6	\$527.4	\$289.9	4.4%	\$53.9	\$388.0	619.9%
Dominican Republic	\$5.8	\$93.1	\$260.7	3.9%	\$222.6	\$72.8	-67.3%
Japan	\$2.0	\$75.9	\$182.1	2.7%	\$54.1	\$115.3	113.1%
United Kingdom	\$32.1	\$100.9	\$75.3	1.1%	\$18.8	\$2.2	-88.3%
Korea, Republic of	\$54.3	\$93.6	\$63.6	1.0%	\$4.6	\$5.9	28.3%
Turkey	\$14.9	\$5.1	\$57.1	0.9%	\$11.9	\$12.3	3.4%
Taiwan	\$0.0	\$0.0	\$35.2	0.5%	\$3.0	\$0.0	-100.0%
Hong Kong	\$37.9	\$41.0	\$34.7	0.5%	\$17.2	\$86.4	402.3%
Jordan	\$16.0	\$3.6	\$26.3	0.4%	\$5.4	\$11.5	113.0%
Israel	\$27.4	\$33.3	\$20.5	0.3%	\$7.1	\$17.0	139.4%
Poland	\$110.8	\$137.5	\$19.9	0.3%	\$7.5	\$6.6	-12.0%
Mauritius	\$2.2	\$0.0	\$18.1	0.3%	\$0.0	\$0.0	
Peru	\$163.3	\$13.3	\$16.1	0.2%	\$16.1	\$6.9	-57.1%
Chile	\$14.9	\$14.7	\$15.9	0.2%	\$15.9	\$0.0	-100.0%
Philippines	\$70.6	\$5.3	\$14.5	0.2%	\$5.9	\$67.7	1,047.5%
Morocco	\$20.3	\$0.0	\$13.4	0.2%	\$0.0	\$0.0	
Denmark	\$6.0	\$0.0	\$11.2	0.2%	\$7.6	\$0.0	-100.0%
Greece	\$5.0	\$37.8	\$11.1	0.2%	\$11.1	\$0.0	-100.0%
Spain	\$6.2	\$3.1	\$9.0	0.1%	\$5.6	\$2.3	-58.9%
Bolivia	\$5.5	\$19.8	\$8.8	0.1%	\$0.0	\$10.1	
Singapore	\$0.0	\$3.3	\$8.0	0.1%	\$0.0	\$0.0	
Switzerland	\$0.0	\$2.4	\$4.7	0.1%	\$4.7	\$6.7	42.6%
Nepal	\$23.0	\$3.2	\$2.7	0.0%	\$0.0	\$11.3	
Colombia	\$0.0	\$5.3	\$2.5	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Argentina	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Ecuador	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	

Zimbabwe	\$9.7	\$3.5	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Venezuela	\$3.8	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
United Arab Emirates	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Trinidad and Tobago	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Sweden	\$0.0	\$5.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Saudi Arabia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Russia	\$2.4	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Republic of South Africa	\$0.0	\$27.1	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Portugal	\$7.2	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Pakistan	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Norway	\$0.0	\$25.8	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Netherlands	\$0.0	\$66.5	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$4.6	
Malaysia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Liberia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Lebanon	\$2.3	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Ireland	\$9.4	\$14.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$2.0	
Hungary	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Finland	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Egypt	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Armenia	\$3.9	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Czech Republic	\$19.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Australia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Brazil	\$0.0	\$258.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Austria	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$9.1	
Bahamas	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Belgium	\$2.4	\$2.7	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	

US imports for consumption at Customs value for HTS8 71131120:

by sources, in descending value of 2004 imports

Source	2002	2003	2004		2005	Percent change YTD2004- YTD2005	
	--thousand dollars--			Percent of total	January-June		
					--thousand dollars--		
All sources	\$99,755.8	\$123,796.9	\$127,671.4	100.0%	\$58,105.9	\$62,874.8	8.2%
Thailand	\$46,501.2	\$60,224.2	\$61,056.8	47.8%	\$28,035.3	\$27,446.6	-2.1%
China	\$11,651.7	\$17,170.8	\$22,934.1	18.0%	\$10,132.5	\$8,898.3	-12.2%
India	\$10,092.3	\$15,098.8	\$13,985.9	11.0%	\$6,969.6	\$7,251.6	4.0%
Italy	\$19,473.3	\$15,440.3	\$13,670.9	10.7%	\$5,563.9	\$5,848.1	5.1%
Mexico	\$2,861.5	\$4,590.6	\$5,995.3	4.7%	\$2,363.0	\$8,519.7	260.5%
Indonesia	\$3,638.6	\$4,084.5	\$3,445.8	2.7%	\$1,833.9	\$1,488.4	-18.8%
Turkey	\$381.4	\$1,214.2	\$1,352.3	1.1%	\$632.6	\$681.4	7.7%
Dominican Republic	\$78.8	\$338.9	\$857.0	0.7%	\$297.2	\$600.6	102.1%
Israel	\$1,624.5	\$1,737.6	\$798.8	0.6%	\$594.5	\$266.9	-55.1%
Korea, Republic of	\$338.9	\$511.1	\$700.6	0.5%	\$409.4	\$138.6	-66.1%
Mauritius	\$574.3	\$489.2	\$662.4	0.5%	\$289.6	\$325.7	12.5%
Hong Kong	\$822.1	\$961.3	\$421.3	0.3%	\$171.0	\$331.2	93.7%
Poland	\$390.8	\$353.5	\$296.1	0.2%	\$230.7	\$117.9	-48.9%
Philippines	\$103.6	\$100.1	\$287.8	0.2%	\$128.8	\$186.2	44.6%
Taiwan	\$274.8	\$262.7	\$244.1	0.2%	\$106.3	\$197.8	86.1%
Canada	\$128.3	\$192.0	\$195.7	0.2%	\$44.6	\$70.4	57.8%
Jordan	\$308.5	\$329.2	\$103.3	0.1%	\$95.9	\$18.2	-81.0%
Malaysia	\$11.4	\$60.1	\$97.9	0.1%	\$31.3	\$28.2	-9.9%
Sri Lanka	\$11.6	\$14.7	\$95.4	0.1%	\$19.7	\$2.2	-88.8%
Nepal	\$177.2	\$169.8	\$84.0	0.1%	\$54.3	\$95.4	75.7%
United Kingdom	\$27.2	\$19.8	\$75.0	0.1%	\$0.0	\$58.2	

Brazil	\$14.2	\$47.5	\$64.4	0.1%	\$14.6	\$0.0	-100.0%
Spain	\$26.8	\$13.0	\$56.7	0.0%	\$38.0	\$3.9	-89.7%
Vietnam	\$16.4	\$3.4	\$38.6	0.0%	\$0.0	\$189.8	
France	\$54.8	\$95.2	\$36.3	0.0%	\$6.1	\$10.6	73.8%
Switzerland	\$0.0	\$5.0	\$20.8	0.0%	\$0.0	\$2.1	
Germany	\$102.7	\$65.7	\$18.4	0.0%	\$10.7	\$9.5	-11.2%
Japan	\$5.7	\$3.5	\$18.0	0.0%	\$15.4	\$2.3	-85.1%
Argentina	\$0.0	\$63.4	\$15.6	0.0%	\$0.0	\$21.8	
Singapore	\$8.3	\$7.2	\$9.4	0.0%	\$9.4	\$0.0	-100.0%
Australia	\$3.4	\$13.6	\$7.6	0.0%	\$7.6	\$10.8	42.1%
Republic of South Africa	\$0.0	\$2.2	\$7.5	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Macao	\$0.0	\$0.0	\$5.7	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Colombia	\$0.0	\$2.4	\$5.2	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Czech Republic	\$0.0	\$4.2	\$3.7	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Bolivia	\$3.0	\$0.0	\$3.2	0.0%	\$0.0	\$17.5	
Antigua	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$5.0	
Zimbabwe	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Venezuela	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
United Arab Emirates	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Togo	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Slovak Republic	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Saudi Arabia	\$0.0	\$8.4	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Russia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$7.7	
Portugal	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Peru	\$10.0	\$28.9	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Panama	\$0.0	\$6.9	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Pakistan	\$0.0	\$3.9	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Norway	\$0.0	\$2.3	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	

New Zealand	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Netherlands Antilles	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Netherlands	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Macedonia (Skopje)	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Lithuania	\$10.6	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Lebanon	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Ireland	\$0.0	\$30.5	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Greece	\$3.3	\$4.7	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Egypt	\$7.6	\$2.8	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$22.2	
Chile	\$0.0	\$16.5	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Cambodia (Kampuchea)	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Austria	\$2.9	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Denmark	\$0.0	\$2.2	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Costa Rica	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Bulgaria	\$2.7	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Armenia	\$11.2	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	

US imports for consumption at Customs value for HTS8 71131150:

by sources, in descending value of 2004 imports

Source	2002	2003	2004		2005		Percent change YTD2004 YTD2005
	--thousand dollars--			Percent of total	January-June		
	--thousand dollars--				--thousand dollars--		
All sources	\$593,647.5	\$640,953.9	\$749,858.8	100.0%	\$326,304.2	\$406,304.2	24.5%
China	\$124,455.9	\$164,308.4	\$199,738.7	26.6%	\$82,248.7	\$105,521.4	28.3%
Thailand	\$149,778.4	\$148,846.2	\$174,131.7	23.2%	\$75,473.5	\$76,238.3	1.0%
Italy	\$129,629.3	\$119,085.9	\$122,770.0	16.4%	\$58,118.6	\$59,658.2	2.6%
Mexico	\$45,782.8	\$50,606.3	\$67,582.0	9.0%	\$25,990.4	\$77,720.9	199.0%
Indonesia	\$26,926.2	\$29,049.4	\$42,170.5	5.6%	\$15,731.9	\$13,518.8	-14.1%

India	\$27,217.0	\$32,101.9	\$36,584.6	4.9%	\$17,059.4	\$26,143.3	53.2%
Spain	\$11,481.2	\$16,272.3	\$20,972.2	2.8%	\$10,863.5	\$7,137.2	-34.3%
Canada	\$8,049.5	\$9,162.4	\$12,337.6	1.6%	\$6,212.3	\$6,884.2	10.8%
Hong Kong	\$12,966.8	\$11,865.4	\$9,234.4	1.2%	\$4,650.8	\$3,609.3	-22.4%
Israel	\$4,782.0	\$5,429.6	\$7,785.7	1.0%	\$3,812.5	\$5,157.1	35.3%
Poland	\$8,828.5	\$8,343.8	\$7,190.8	1.0%	\$3,692.4	\$3,005.6	-18.6%
Korea, Republic of	\$7,575.5	\$6,697.4	\$6,931.2	0.9%	\$3,257.7	\$1,684.9	-48.3%
United Kingdom	\$2,643.7	\$2,262.8	\$4,279.6	0.6%	\$1,551.4	\$1,895.5	22.2%
Dominican Republic	\$1,761.0	\$2,827.2	\$4,072.9	0.5%	\$1,854.6	\$2,502.4	34.9%
Germany	\$4,345.2	\$4,042.8	\$3,571.2	0.5%	\$1,503.3	\$1,334.4	-11.2%
Turkey	\$4,220.7	\$2,884.7	\$3,553.5	0.5%	\$1,614.8	\$1,436.0	-11.1%
France	\$2,915.4	\$3,167.6	\$3,486.8	0.5%	\$1,584.1	\$1,529.4	-3.5%
Greece	\$2,833.8	\$3,030.6	\$3,171.9	0.4%	\$1,513.4	\$1,678.9	10.9%
Jordan	\$974.5	\$1,307.6	\$2,801.9	0.4%	\$1,348.8	\$1,128.7	-16.3%
Ireland	\$4,834.8	\$3,153.0	\$2,462.6	0.3%	\$1,342.6	\$1,059.5	-21.1%
Switzerland	\$1,068.0	\$2,009.0	\$2,180.6	0.3%	\$1,331.0	\$901.6	-32.3%
Nepal	\$1,985.7	\$2,353.9	\$2,152.7	0.3%	\$1,089.4	\$1,162.9	6.7%
Bolivia	\$163.6	\$602.3	\$2,091.3	0.3%	\$448.9	\$650.4	44.9%
Philippines	\$1,430.5	\$1,638.3	\$1,517.5	0.2%	\$714.1	\$950.4	33.1%
Taiwan	\$1,300.3	\$910.3	\$1,436.4	0.2%	\$746.4	\$522.5	-30.0%
Mauritius	\$91.4	\$3,613.2	\$788.6	0.1%	\$415.4	\$296.6	-28.6%
Netherlands	\$215.2	\$526.7	\$598.0	0.1%	\$279.7	\$131.6	-52.9%
Colombia	\$123.6	\$136.1	\$574.3	0.1%	\$184.9	\$417.5	125.8%
Denmark	\$392.6	\$526.8	\$510.9	0.1%	\$376.1	\$413.9	10.1%
Austria	\$397.6	\$300.8	\$439.4	0.1%	\$190.2	\$100.1	-47.4%
Japan	\$330.1	\$645.0	\$356.7	0.0%	\$204.4	\$111.0	-45.7%
Peru	\$1,179.8	\$565.0	\$269.5	0.0%	\$101.7	\$115.4	13.5%
Chile	\$272.1	\$289.8	\$218.2	0.0%	\$106.2	\$123.9	16.7%

Guatemala	\$269.6	\$246.0	\$207.9	0.0%	\$64.1	\$119.9	87.1%
Lithuania	\$112.5	\$195.1	\$139.5	0.0%	\$56.6	\$57.9	2.3%
Belgium	\$133.1	\$114.6	\$133.0	0.0%	\$28.6	\$68.0	137.8%
Brazil	\$137.0	\$295.0	\$124.9	0.0%	\$95.2	\$64.8	-31.9%
Egypt	\$99.1	\$78.6	\$112.1	0.0%	\$36.0	\$117.0	225.0%
Sri Lanka	\$127.0	\$81.1	\$109.3	0.0%	\$16.7	\$76.3	356.9%
Malaysia	\$195.7	\$28.1	\$108.3	0.0%	\$35.1	\$159.7	355.0%
Vietnam	\$85.8	\$36.1	\$94.8	0.0%	\$33.5	\$148.8	344.2%
Armenia	\$493.8	\$14.6	\$88.8	0.0%	\$35.5	\$148.4	318.0%
Australia	\$155.9	\$118.0	\$77.8	0.0%	\$41.8	\$48.1	15.1%
Sweden	\$122.4	\$23.9	\$75.6	0.0%	\$17.8	\$32.8	84.3%
Lebanon	\$37.9	\$8.9	\$70.0	0.0%	\$48.5	\$24.3	-49.9%
Norway	\$88.5	\$39.5	\$67.4	0.0%	\$24.7	\$65.9	166.8%
Singapore	\$39.5	\$10.0	\$54.4	0.0%	\$8.4	\$8.7	3.6%
Pakistan	\$197.5	\$71.0	\$53.7	0.0%	\$5.4	\$12.0	122.2%
Portugal	\$94.2	\$45.4	\$32.2	0.0%	\$7.2	\$17.0	136.1%
Czech Republic	\$33.4	\$10.7	\$29.9	0.0%	\$24.3	\$3.9	-84.0%
Venezuela	\$6.9	\$10.2	\$26.0	0.0%	\$0.0	\$2.1	
Russia	\$54.2	\$221.3	\$25.7	0.0%	\$6.8	\$46.7	586.8%
Macao	\$0.0	\$0.0	\$23.8	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Argentina	\$13.5	\$117.5	\$23.3	0.0%	\$14.7	\$34.9	137.4%
Netherlands Antilles	\$0.0	\$0.0	\$20.3	0.0%	\$13.8	\$9.4	-31.9%
Panama	\$6.1	\$15.1	\$19.5	0.0%	\$14.0	\$77.9	456.4%
French Polynesia	\$7.0	\$2.3	\$19.4	0.0%	\$3.2	\$0.0	-100.0%
Republic of South Africa	\$85.9	\$380.8	\$17.2	0.0%	\$0.0	\$33.2	
Costa Rica	\$7.5	\$28.7	\$14.7	0.0%	\$0.0	\$4.2	
Monaco	\$0.0	\$0.0	\$13.3	0.0%	\$6.1	\$0.0	-100.0%
Morocco	\$0.0	\$0.0	\$13.3	0.0%	\$0.0	\$3.4	

Mali	\$6.8	\$17.4	\$13.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Hungary	\$0.0	\$0.0	\$12.2	0.0%	\$12.2	\$0.0	-100.0%
Cyprus	\$0.0	\$15.6	\$11.6	0.0%	\$11.6	\$0.0	-100.0%
United Arab Emirates	\$4.2	\$19.9	\$8.9	0.0%	\$0.0	\$4.0	
Syria	\$0.0	\$0.0	\$8.5	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Estonia	\$5.6	\$13.1	\$7.7	0.0%	\$0.0	\$4.9	
Iceland	\$0.0	\$20.0	\$6.9	0.0%	\$6.9	\$0.0	-100.0%
Bahamas	\$0.0	\$3.0	\$6.5	0.0%	\$6.5	\$9.7	49.2%
Liechtenstein	\$0.0	\$0.0	\$5.9	0.0%	\$5.9	\$0.0	-100.0%
Barbados	\$0.0	\$0.0	\$4.6	0.0%	\$4.6	\$0.0	-100.0%
Trinidad and Tobago	\$0.0	\$0.0	\$3.0	0.0%	\$3.0	\$0.0	-100.0%
Kenya	\$0.0	\$0.0	\$2.9	0.0%	\$0.0	\$0.0	
New Zealand	\$6.9	\$15.0	\$2.5	0.0%	\$0.0	\$4.3	
Cambodia (Kampuchea)	\$0.0	\$0.0	\$2.4	0.0%	\$2.4	\$8.8	266.7%
Finland	\$5.4	\$5.7	\$2.2	0.0%	\$0.0	\$6.2	
Afghanistan	\$0.0	\$4.5	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Bahrain	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$2.3	
Bermuda	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$3.0	
Cameroon	\$14.2	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Croatia	\$0.0	\$6.1	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Georgia	\$0.0	\$2.4	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Turks and Caicos Islands	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Tokelau Islands	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	
Tajikistan	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$10.4	
St Vincent and Grenadines	\$0.0	\$7.2	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0	

Slovenia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Saudi Arabia	\$2.5	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Romania	\$0.0	\$8.9	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$33.1
Qatar	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Niger	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Zimbabwe	\$21.1	\$2.9	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Zambia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Yemen	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$14.0
Uruguay	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$49.9
Uganda	\$4.7	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Namibia	\$0.0	\$19.1	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Malta (Malta and Gozo)	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Madagascar	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Macedonia (Skopje)	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Kuwait	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Jamaica	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Haiti	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Greenland	\$3.2	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Paraguay	\$0.0	\$5.6	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Oman	\$0.0	\$8.1	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$23.5
Nigeria	\$0.0	\$2.3	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Ethiopia	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Ecuador	\$3.7	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$2.9
Cayman Islands	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Bulgaria	\$9.6	\$8.4	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Botswana	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Bangladesh	\$0.0	\$0.0	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0
Aruba	\$2.9	\$13.8	\$0.0	0.0%	\$0.0	\$0.0

Oferta y Demanda mundial de plata

(en millones de onzas)

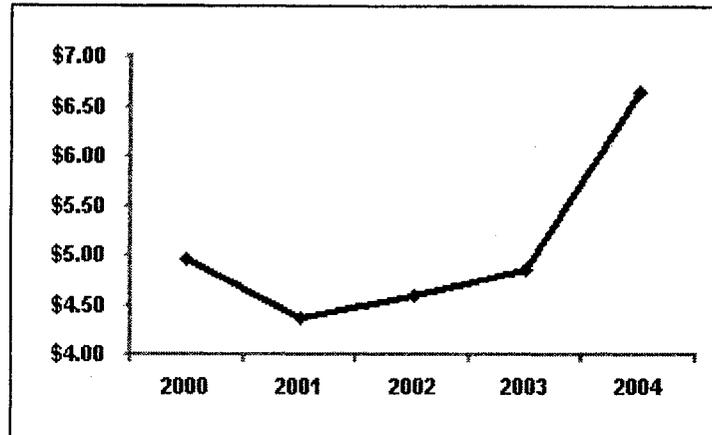
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Oferta										
Mine Production	483.0	491.0	520.7	544.0	548.5	587.3	611.8	607.4	611.2	634.4
Net Government Sales	25.3	18.9	--	40.6	93.1	75.2	71.7	54.9	88.2	61.7
Old Silver Scrap	162.9	158.3	169.3	193.9	181.2	180.4	182.4	187.1	183.6	181.1
Producer Hedging	7.5	--	68.1	6.5	--	--	18.9	--	--	2.0
Implied Net Disinvestment	89.9	142.8	85.5	44.0	61.1	88.5	--	14.1	--	--
Total Supply	768.6	811.1	843.6	829.1	883.9	931.4	884.8	863.5	883.1	879.2

Demanda										
Fabrication										
Industrial Applications	295.7	297.7	320.8	316.4	339.2	375.4	336.3	340.1	350.5	367.1
Photography	209.9	210.1	217.4	225.4	227.9	218.3	213.1	204.3	192.9	181.0
Jewelry & Silverware	236.9	263.7	274.3	259.4	271.7	278.2	287.1	262.7	274.2	247.5
Coins & Medals	26.1	25.2	30.4	27.8	29.2	32.1	30.5	31.6	35.8	41.1
Total Fabrication	768.6	796.8	842.9	829.1	867.9	904.0	867.0	838.7	853.4	836.7
Net Government Purchases	--	--	0.7	--	--	--	--	--	--	--
Producer De-Hedging	--	14.3	--	--	16.0	27.4	--	24.8	21.0	--
Implied Net Investment	--	--	--	--	--	--	17.8	--	8.7	42.5
Total Demand	768.6	811.1	843.6	829.1	883.9	931.4	884.8	863.5	883.1	879.2

Silver Price (London US\$/oz)	5.197	5.199	4.897	5.544	5.220	4.951	4.370	4.599	4.879	6.658
----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

SOURCE: World Silver Survey 2005

Precio de la plata: 2000-2004



FERIAS

A continuación se ofrece una lista de aquellas ferias que se consideran más importantes dentro del sector objeto de estudio, con los datos de contacto y páginas Web. La fecha de celebración de estas ferias se publica en sus respectivas páginas Web.

Actualmente la feria **JCK**, que se celebra en Las Vegas (Junio) y Phoenix (Febrero) es la más importante del sector en los EEUU. Sin olvidar la feria **VICENZA ORO** (Enero, Junio y Septiembre) que a nivel internacional es la más relevante.

Algunas galerías que llevan joyería contemporánea acuden a las citas anuales de **SOFA** (*The International Expositions of Sculpture Objects & Functional Arts*) en Chicago (octubre-noviembre) y Nueva York (enero y junio). La galería Aaron Faber acudirá a la edición de junio de SOFA Nueva York.

JCK (JEWELERS CIRCULAR-KEystone)	
www.jckgroup.com REED Exhibitions USA Tel: (203) 840 4800, Fax: (203) 840 4804 email: inquiry@jck.reedexpo.com	Phoenix (FEBRERO) Las Vegas (JUNIO) Nueva York (SEPTIEMBRE)
JA (JEWELERS OF AMERICA)	
www.ja-newyork.com VNU Expositions Tel: (646) 654 4500, Fax: (646) 654 4919 email : dlawsky@vnuexpo.com	Nueva York (ENERO y JULIO)
JEWELRY COUTURE COLLECTION	
Miller Freeman, 1 Penn Plaza, New York, NY 10119-1198 Tel: (212) 615 2399, Fax: (212) 279 3973	Phoenix (MAYO y JUNIO)
NEW YORK INTERNATIONAL GIFT FAIR	

<p>www.nyigf.com GEORGE LITTLE Management Tel: (914) 421 3200, Fax: (914) 948 6180</p>	<p>Nueva York (ENERO y AGOSTO)</p>
--	------------------------------------

PUBLICACIONES DEL SECTOR

NATIONAL JEWELER	Tipo Publicación	Precio (anuncio a color página completa)
<p>www.nationaljeweler.com Cuenta con unos 38.000 suscriptores. Publicación dos veces al mes</p>	<p>Fuente principal sobre noticias de la industria de la joyería.</p>	<p>8.400 USD</p>
MODERN JEWELER		
<p>www.modernjeweler.com Publicación mensual. Tirada de unos 35.000 números.</p>	<p>Revista para especialistas con reportajes sobre mercados y productos. Joyería de diseño</p>	<p>7.000 USD</p>
JEWELRS' CIRCULAR KEYSTONE (JCK)		
<p>www.jckgroup.com Tirada de unos 30.000 números mensuales. Después de National Jeweler es la más importante del sector.</p>	<p>Fuente importante en lo que se refiere a marketing, venta y detallistas del sector</p>	<p>6.650 USD</p>
PROFESSIONAL JEWELER		
<p>www.professionaljeweler.com Revista mensual con una tirada de 30.000 números.</p>	<p>Similar a JCK, lanzada en 1998.</p>	<p>5.400 USD</p>
JEWELER'S QUATERLY		
<p>Publicación bimensual con cerca de 30.000 suscriptores.</p>	<p>Reportajes y tendencias</p>	<p>4.700 USD</p>

ASOCIACIONES

JEWELERS BOARD OF TRADE (fabricantes, mayoristas e importadores) 95 Jeferson Blvd, Warwick, RI 02888 Tel: 401-467 005, Fax: 401 467 1199	JEWELRY INFORMATION CENTER (JIC) 1185 Avenue of the Americas, New York, NY 10036 Tel: 212 398 2319, Fax: 212 768 8087
JEWELERS OF AMERICA (vendedores) 1185 Ave. of the Americas, New York, NY 10036 Tel: 212 768 8777, Fax: 212 532 2217	JEWELERS VIGILANCE COMMITTEE (información jurídica) 401 E. 34th Street, Suite N13A, New York, NY 10016 Tel: 21 532 1919, Fax: 212 532 2217
MANUFACTURING JEWELERS AND SILVERSMITHS OF AMERICA (fabricantes) 1 State St. Sixth Floor, Providence, RI 02908 Tel: 800 444 6572, Fax: 401 274 3840	CULTURED PEARL INFORMATION CENTER 321 E. 53rd Street, New York, NY 10022 Tel: 212 688 5580, Fax: 212 688 5857
DIAMOND INFORMATION CENTER 466 Lexington Av., New York, NY 10017 Tel: 212 210 7920, Fax: 212 210 8778	PLATINUM GUILD INTERNATIONAL USA JEWELRY 620 Newport Center Drive, Suite 800, New Port Beach, CA 92660 Tel: 714 760 8279, Fax: 714 760 8780
WORLD GOLD COUNCIL 444 Madison Avenue, New York, NY 10022 Tel: 212 317 3800, Fax: 212 688 0410	THE AMERICAN WATCH ASSOCIATION (AWA) P.O. Box 464, 1201 Pennsylvania Ave., NW Tel: (703) 759 3377, Fax: (703)759 1639

Sistema de clasificación arancelaria en Centro América

ARANCEL CENTROAMERICANO DE IMPORTACION -SAC- (3ra Enmienda)

Partida:

REGLAS GENERALES

NOTA GENERAL SAC TERCERA ENMIENDA

Sección: XIV - PERLAS FINAS (NATURALES) O CULTIVADAS, PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS, METALES PRECIOSOS, CHAPADOS DE METAL PRECIOSO (PLAQUE) Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS; BISUTERIA; MONEDAS

Capitulo: 71 PERLAS FINAS (NATURALES) O

CULTIVADAS, PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS, METALES PRECIOSOS, CHAPADOS DE METAL PRECIOSO (PLAQUE) Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS; BISUTERIA; MONEDAS

NOTAS.

1. Sin perjuicio de la aplicación de la Nota 1 a) de la Sección VI y de las excepciones previstas a continuación, se incluye en este Capítulo cualquier artículo compuesto total o parcialmente:
 - a) de perlas finas (naturales) o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas); o
 - b) de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).
2. a) Las partidas 71.13, 71.14 y 71.15 no comprenden los artículos en los que el metal precioso o el chapado de metal precioso (plaqué) sean únicamente simples accesorios o adornos de mínima importancia (por ejemplo: iniciales, monogramas, virolas, orlas); el apartado b) de la Nota 1 anterior no incluye estos artículos.
 - b) En la partida 71.16 sólo se clasifican los artículos que no lleven metal precioso ni chapado de metal precioso (plaqué) o que, llevándolos sólo sean simples accesorios o adornos de mínima importancia.
3. Este Capítulo no comprende:
 - a) las amalgamas de metal precioso y el metal precioso en estado coloidal (partida 28.43);
 - b) las ligaduras estériles para suturas quirúrgicas, los productos de obturación dental y demás artículos del Capítulo 30;
 - c) los productos del Capítulo 32 (por ejemplo: abrillantadores (lustres) líquidos);
 - d) los catalizadores sobre soporte (partida 38.15);
 - e) los artículos de las partidas 42.02 y 42.03, a los que se refiere la Nota 2 B) del Capítulo 42;
 - f) los artículos de las partidas 43.03 ó 43.04;
 - g) los productos de la Sección XI (materias textiles y sus manufacturas);
 - h) el calzado, los sombreros y demás tocados y otros artículos de los Capítulos 64 ó 65;
 - ij) los paraguas, bastones y demás artículos del Capítulo 66;
 - k) los artículos guarnecidos con polvo de piedras preciosas o semipreciosas (naturales o sintéticas) que sean manufacturas de abrasivos de las partidas 68.04 ó 68.05, o herramientas del Capítulo 82; las herramientas o artículos del Capítulo 82 cuya parte operante esté constituida por piedras preciosas o semipreciosas

(naturales, sintéticas o reconstituidas); las máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes de la Sección XVI. Sin embargo, los artículos y las partes de estos artículos, constituidos totalmente por piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas), quedan comprendidos en este Capítulo, excepto los zafiros y diamantes trabajados, sin montar, para agujas (púas) de fonocaptos (partida 85.22);

- l) los artículos de los Capítulos 90, 91 ó 92 (instrumentos científicos, aparatos de relojería, instrumentos musicales);
 - m) las armas y sus partes (Capítulo 93);
 - n) los artículos contemplados en la Nota 2 del Capítulo 95;
 - o) los artículos clasificados en el Capítulo 96 conforme la Nota 4 de dicho Capítulo;
 - p) las obras originales de estatuaria o escultura (partida 97.03), las piezas de colección (partida 97.05) y las antigüedades de más de cien años (partida 97.06). Sin embargo, las perlas finas (naturales) o cultivadas y las piedras preciosas o semipreciosas se clasifican en este Capítulo.
4. a) Se consideran *metal precioso* la plata, el oro y el platino.
- b) El término platino abarca el platino, iridio, osmio, paladio, rodio y rutenio.
- c) La expresión piedras preciosas o semipreciosas no incluye las materias mencionadas en la Nota 2 b) del Capítulo 96.
5. En este Capítulo, se consideran aleaciones de metal precioso, las aleaciones (incluidas las mezclas sinterizadas y los compuestos intermetálicos) que contengan uno o varios metales preciosos, siempre que el peso del metal precioso o de uno de los metales preciosos sea superior o igual al 2% del peso de la aleación.
- Las aleaciones de metal precioso se clasifican como sigue:
- a) las aleaciones con un contenido de platino superior o igual al 2% en peso, se clasifican como aleaciones de platino;
 - b) las aleaciones con un contenido de oro superior o igual al 2% en peso, pero sin platino o con un contenido de platino inferior al 2% en peso, se clasifican como aleaciones de oro;
 - c) las demás aleaciones con un contenido de plata superior o igual al 2% en peso, se clasifican como aleaciones de plata.
6. En la Nomenclatura, salvo disposición en contrario, cualquier referencia a metal precioso o a uno o varios metales preciosos mencionados específicamente, se extiende también a las aleaciones clasificadas con dichos

metales por aplicación de la Nota 5. La expresión *metal precioso* no comprende los artículos definidos en la Nota 7 ni los metales comunes o las materias no metálicas, platinados, dorados o plateados.

7. En la Nomenclatura, la expresión *chapado de metal precioso (plaqué)* se refiere a los artículos con un soporte de metal en los que una o varias caras estén recubiertas con metal precioso por soldadura, laminado en caliente o por procedimiento mecánico similar. Salvo disposición en contrario, dicha expresión comprende los artículos de metal común incrustado con metal precioso.
8. Salvo lo dispuesto en la Nota 1 a) de la Sección VI, los productos citados en el texto de la partida 71.12 se clasificarán en dicha partida y no en otra de la Nomenclatura.
9. En la partida 71.13, se entiende por *artículos de joyería*:
 - a) los pequeños objetos utilizados como adorno personal (por ejemplo: sortijas, pulseras, collares, broches, pendientes, cadenas de reloj, dijes, colgantes, alfileres de corbata, gemelos, medallas o insignias, religiosas u otras);
 - b) los artículos de uso personal que se llevan sobre la persona, así como los artículos de bolsillo o de bolso de mano (cartera) (por ejemplo: cigarreras, pitilleras, petacas, bomboneras, polveras, monederos de malla, rosarios).
10. En la partida 71.14, se entiende por *artículos de orfebrería* los objetos tales como los de servicio de mesa, tocador, escritorio, fumador, de adorno de interiores, los artículos para el culto.
11. En la partida 71.17, se entiende por *bisutería* los artículos de la misma naturaleza que los definidos en la Nota 9 a) (excepto los botones y demás artículos de la partida 96.06, las peinetas, pasadores y similares, así como las horquillas para el cabello, de la partida 96.15) que no tengan perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas) ni, salvo que sean guarniciones o accesorios de mínima importancia, metal precioso o chapado de metal precioso (plaqué).

NOTAS DE SUBPARTIDA.

1. En las subpartidas 7106.10, 7108.11, 7110.11, 7110.21, 7110.31 y 7110.41, los términos *polvo* y *en polvo* comprenden los productos que pasen a través de un tamiz con abertura de malla de 0.5 mm en proporción superior o igual al 90% en peso.
2. A pesar de las disposiciones de la Nota 4 b) de este Capítulo, en las subpartidas 7110.11 y 7110.19, el término *platino* no incluye el iridio, osmio, paladio, rodio ni rutenio.

3. Para la clasificación de las aleaciones en las subpartidas de la partida 71.10, cada aleación se clasificará con aquel metal (platino, paladio, rodio, iridio, osmio o rutenio) que predomine en peso sobre cada uno de los demás.

PARTIDA	DESCRIPCION	DAI
7101	PERLAS FINAS (NATURALES) O CULTIVADAS, INCLUSO TRABAJADAS O CLASIFICADAS, PERO SIN ENSARTAR, MONTAR NI ENGARZAR; PERLAS FINAS (NATURALES) O CULTIVADAS, ENSARTADAS TEMPORALMENTE PARA FACILITAR EL TRANSPORTE	
7101.10.00	- Perlas finas (naturales)	II
7101.2	- Perlas cultivadas:	
7101.21.00	-- En bruto	II
7101.22.00	-- Trabajadas	II
7102	DIAMANTES, INCLUSO TRABAJADOS, SIN MONTAR NI ENGARZAR	
7102.10.00	- Sin clasificar	5
7102.2	- Industriales:	
7102.21.00	-- En bruto o simplemente aserrados, exfoliados o desbastados	0
7102.29.00	-- Los demás	0
7102.3	- No industriales:	
7102.31.00	-- En bruto o simplemente aserrados, exfoliados o desbastados	5
7102.39.00	-- Los demás	5
7103	PIEDRAS PRECIOSAS (EXCEPTO LOS DIAMANTES) O SEMIPRECIOSAS, NATURALES, INCLUSO TRABAJADAS O CLASIFICADAS, SIN ENSARTAR, MONTAR NI ENGARZAR; PIEDRAS PRECIOSAS (EXCEPTO LOS DIAMANTES) O SEMIPRECIOSAS, NATURALES, SIN CLASIFICAR, ENSARTADAS TEMPORALMENTE PARA FACILITAR EL TRANSPORTE	
7103.10.00	- En bruto o simplemente aserradas o desbastadas	5
7103.9	- Trabajadas de otro modo:	
7103.91.00	-- Rubíes, zafiros y esmeraldas	5
7103.99.00	-- Las demás	5
7104	PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS, SINTETICAS O RECONSTITUIDAS, INCLUSO TRABAJADAS O CLASIFICADAS, SIN ENSARTAR, MONTAR NI ENGARZAR; PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS, SINTETICAS O RECONSTITUIDAS, SIN CLASIFICAR, ENSARTADAS TEMPORALMENTE PARA FACILITAR EL TRANSPORTE	
7104.10.00	- Cuarzo piezoeléctrico	II
7104.20.00	- Las demás, en bruto o simplemente aserradas o desbastadas	II
7104.90.00	- Las demás	II
7105	POLVO DE PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS, NATURALES O SINTETICAS	
7105.10.00	- De diamante	5
7105.90.00	- Los demás	5
7106	PLATA (INCLUIDA LA PLATA DORADA Y LA PLATINADA) EN BRUTO, SEMILABRADA O EN POLVO	
7106.10.00	- Polvo	10
7106.9	- Las demás:	
7106.91.00	-- En bruto	10
7106.92	-- Semilabrada:	
7106.92.10	--- Alambres, barras y varillas, con decapantes o fundentes (soldadura de plata)	5
7106.92.90	--- Otras	10

7107.00.00	CHAPADO (PLAQUE) DE PLATA SOBRE METAL COMUN, EN BRUTO O SEMILABRADO	10
7108	ORO (INCLUIDO EL ORO PLATINADO) EN BRUTO, SEMILABRADO O EN POLVO	
7108.1	- Para uso no monetario:	
7108.11.00	- - Polvo	5
7108.12.00	- - Las demás formas en bruto	5
7108.13.00	- - Las demás formas semilabradas	5
7108.20.00	- Para uso monetario	5
7109.00.00	CHAPADO (PLAQUE) DE ORO SOBRE METAL COMUN O SOBRE PLATA, EN BRUTO O SEMILABRADO	10
7110	PLATINO EN BRUTO, SEMILABRADO O EN POLVO	
7110.1	- Platino:	
7110.11.00	- - En bruto o en polvo	0
7110.19.00	- - Los demás	0
7110.2	- Paladio:	
7110.21.00	- - En bruto o en polvo	0
7110.29.00	- - Los demás	0
7110.3	- Rodio:	
7110.31.00	- - En bruto o en polvo	0
7110.39.00	- - Los demás	0
7110.4	- Iridio, osmio y rutenio:	
7110.41.00	- - En bruto o en polvo	0
7110.49.00	- - Los demás	0
7111.00.00	CHAPADO (PLAQUE) DE PLATINO SOBRE METAL COMUN, PLATA U ORO, EN BRUTO O SEMILABRADO	10
7112	DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE METAL PRECIOSO O DE CHAPADO DE METAL PRECIOSO (PLAQUE); DEMAS DESPERDICIOS Y DESECHOS QUE CONTENGAN METAL PRECIOSO O COMPUESTOS DE METAL PRECIOSO, DE LOS TIPOS UTILIZADOS PRINCIPALMENTE PARA LA RECUPERACION DEL METAL PRECIOSO	
7112.10.00	++SUPRIMIDA++	
7112.20.00	++SUPRIMIDA++	
7112.30.00	- Cenizas que contengan metal precioso o compuestos de metal precioso	0
7112.9	- Los demás:	
7112.90.00	++ SUPRIMIDA++	
7112.91.00	- - De oro o de chapado (plaque) de oro, excepto las barreduras que contengan otro metal precioso	0
7112.92.00	- - De platino o de chapado (plaque) de platino, excepto las barreduras que contengan otro metal precioso	0
7112.99.00	- - Los demás	0
7113	ARTICULOS DE JOYERIA Y SUS PARTES, DE METAL PRECIOSO O DE CHAPADO DE METAL PRECIOSO (PLAQUE)	
7113.1	- De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso (plaque):	
7113.11.00	- - De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaque)	15
7113.19.00	- - De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaque)	15
7113.20.00	- De chapado de metal precioso (plaque) sobre metal común	15
7114	ARTICULOS DE ORFEBRERIA Y SUS PARTES, DE METAL PRECIOSO O DE CHAPADO DE METAL PRECIOSO (PLAQUE)	
7114.1	- De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso	

	(plaqué):	
7114.11.00	- De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)	15
7114.19.00	- De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)	15
7114.20.00	- De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común	15
7115	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE METAL PRECIOSO O DE CHAPADO DE METAL PRECIOSO (PLAQUE)	
7115.10.00	- Catalizadores de platino en forma de tela o enrejado	0
7115.90.00	- Las demás	15
7116	MANUFACTURAS DE PERLAS FINAS (NATURALES) O CULTIVADAS, DE PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS (NATURALES, SINTETICAS O RECONSTITUIDAS)	
7116.10.00	- De perlas finas (naturales) o cultivadas	15
7116.20.00	- De piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)	15
7117	BISUTERIA	
7117.1	- De metal común, incluso plateado, dorado o platinado:	
7117.11.00	- - Gemelos y pasadores similares	15
7117.19.00	- - Las demás	15
7117.90.00	- Las demás	15
7118	MONEDAS	
7118.10.00	- Monedas sin curso legal, excepto las de oro	5
7118.90.00	- Las demás	5

Fecha de Actualización: Marzo de 2005

Bibliografía

Precio internacional de la materia prima
http://www.mjsainc.com/info_rates.php#silver

Información Estados Unidos
http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/fichas/fichapais_eeuu.pdf

Trato Nacional y acceso al mercado Cafta
http://www.sic.gob.hn/cafta/documentos/03_Trato_nacional.pdf

Ley monetaria
http://www.secmca.org/Docs/inf_Juridica/honduras/LMHonduras.pdf

Leyes de Honduras
<http://www.secmca.org/Legislacion.htm>

Exporta pymes Argentina
<http://www.exportapymes.com>

Fundación exportar Honduras
<http://www.hondurasinfo.hn>