

Exportate

El **ABC** de la exportación



ASPECTOS BÁSICOS DE LA EXPORTACIÓN

¿Qué es la exportación?

¿Qué actitud debe de tener el exportador?

Los 20 errores más comunes en los que se incurre en la actividad exportadora

Planificando una estrategia antes de exportar

DOCUMENTOS Y TRÁMITES

Registro federal de contribuyentes (RFC)

Padrón de exportadores

Propiedad intelectual

Despacho aduanero

Documentos aduaneros

Lista de empaque (packing list)

Transporte

Seguros

Algunos consejos

PROCESO DE EXPORTACIÓN

Proceso 1: Vialidad Inicial

Proceso 2: Vialidad Real

Proceso 3: Exportación

REGULACIONES

Regulaciones arancelarias

Clasificación arancelaria

Certificado de origen

Regulaciones y restricciones NO arancelarias

03

03

03

04

05

07

07

07

07

07

08

08

09

09

09

09

10

11

12

13

13

13

14

14

TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Metodología para definir el precio del producto que va a exportar

Gastos que se incurre para exportar

CONTRATOS INTERNACIONALES

Tipos de contratos

FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL

Principales formas de pago

Solución de controversias de comercio exterior

APOYOS TECNOLÓGICOS

APOYOS FINANCIEROS

FERIAS Y EXPOSICIONES

ORGANISMOS DE APOYO A LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO FIRMADOS CON MÉXICO

DIRECTORIO SECRETARÍA DE ECONOMÍA SINALOA

Bibliografía

16

17

17

18

18

19

19

20

20

21

21

24

25

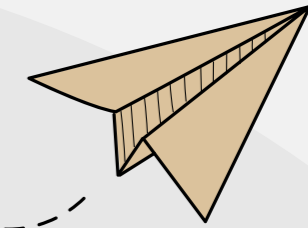
27

27

Índice



Aspectos básicos de la exportación



¿Qué es la exportación?

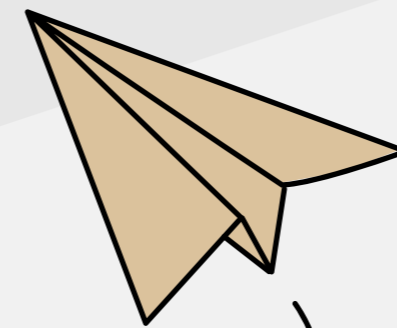
La exportación es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero.

Todo empresario con el deseo de exportar debe tener en claro lo siguiente:

- ▶ ¿Qué producto desea exportar?
- ▶ ¿A qué mercado quiero exportar?
- ▶ ¿Cuál es la fracción arancelaria de mi producto?
- ▶ ¿Qué arancel debo pagar?
- ▶ ¿Cómo determino mi precio de exportación?
- ▶ ¿Cuáles son los términos de negociación internacional y las formas de cobro en mercados internacionales?
- ▶ ¿Qué normas debo cubrir?
- ▶ ¿Qué documentación requiero para exportar?
- ▶ ¿Cómo se pueden aprovechar los acuerdos y tratados comerciales para generar ventajas competitivas?

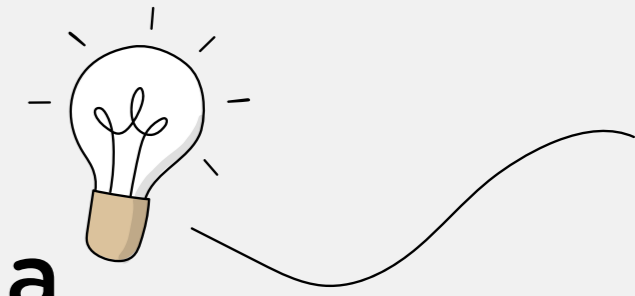
¿Qué actitud debe tener el exportador?

- 💡 Ser emprendedor.
- 💡 Consciente de su proceso productivo y su capacidad de desarrollo.
- 💡 Ser claro y evitar confusiones al momento de negociar.
- 💡 Formal y comprometido en todo lo que pacte en materia de precio, calidad, tiempo de entrega, remisión de documentos y formas de pago.
- 💡 Exigente con su trabajo para que sus muestras sean representativas del producto que se exportará.
- 💡 Una comunicación constante con el cliente.

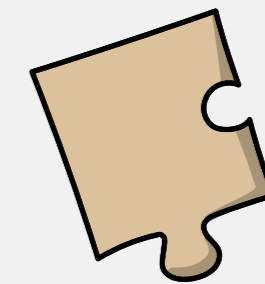




Los 20 errores más comunes en los que se incurre en la actividad exportadora:



- 1 Entrada a la actividad de exportación **por casualidad, no por estrategia.**
- 2 Diferencia entre calidad de las muestras y producción.
- 3 Actuar bajo **suposiciones.**
- 4 Desconocer la cultura de negocios del extranjero.
- 5 **Cotizar** sin tener en cuenta del detalle.
- 6 **Hacer caso omiso** de todos los imprevistos que pueden afectar una entrega a tiempo.
- 7 **Olvidar el tiempo** empleado en la curva de aprendizaje.
- 8 **Olvidar registrar** por escrito y con firmas todos los acuerdos que se tienen con el cliente, específicamente la aprobación de especificaciones, materiales, muestras de confirmación, movimientos de fechas de entrega, etc.
- 9 Un **inadecuado manejo** del aspecto de exclusividad.
- 10 No tener en cuenta que el sistema de calidad debe ser de carácter **preventivo y no correctivo.**
- 11 **Completar** pedidos con saldos.
- 12 **Desconocimiento** de las condiciones climatológicas durante el transporte. Por ejemplo: Ciclones tropicales, lluvias extremas, inundaciones, granizo.
- 13 No contar con una **estrategia** de precio para la exportación.
- 14 **No marcar claramente** los límites entre las actividades de fabricación y las de comercialización en la exportación.
- 15 Contar con **un solo cliente** en el exterior.
- 16 **Dependencia excesiva** del diseño y desarrollo del producto por cliente.
- 17 **No hacer investigación** sobre tendencias de mercado.
- 18 **Falta de apoyo** a las inspecciones de calidad de producto y proceso.
- 19 **Falta de disciplina** en la homogenización adecuada de los procesos de fabricación.
- 20 No dimensionar los **compromisos.**





Planificando una estrategia antes de exportar.

El primer paso para empezar a exportar es **identificar el producto** que se venderá en los mercados extranjeros. Para desarrollar un proyecto de exportación es **indispensable** asegurarse de que la empresa está en condiciones de exportar, así como realizar un autoanálisis de sus productos en un marco global. También es preciso determinar si un producto o una gama de ellos responden a los **requerimientos y necesidades de sus clientes** en el extranjero.

La combinación acertada de precio - calidad y oferta exportable es la llave perfecta de acceso a cualquier mercado en el extranjero. En este aspecto, los cinco elementos prioritarios que se deben cumplir son:



Volumen solicitado por el cliente.



Calidad del producto requerido en el mercado de destino.



Ofrecer un precio competitivo y una **utilidad** razonable.



La clara **garantía en el tiempo** de entrega.



Servicio posventa requerido.



Después de **seleccionar el producto** que se desea exportar, es necesario **analizar** el posible mercado de destino. Se recomienda explorar primero, a los países que ofrecen **preferencias arancelarias**, y después a los países conexos con los que se tiene 'Nearshore', aprovechando la cercanía geográfica como punto estratégico, para **minimizar los costos** de transporte.

Para aquellos que busquen **exportar por primera** vez es preferible no dispersarse, **elegir las mejores perspectivas** de venta y los menores riesgos comerciales, así como aquellos que **impliquen menores costos** para iniciar; es decir, aquellos mercados que se conocen mejor o por las condiciones de similitud cultural, lenguaje y niveles socioeconómicos, haciendo posible un mejor control en las operaciones con los clientes extranjeros.

Una herramienta útil para determinar el mercado es el **Export Potential Map** (<https://exportpotential.intracen.org/en/>) del *International Trade Center* (ITC). Esta herramienta **permite ver el potencial** de exportación de un producto específico en diferentes mercados de acuerdo a distintas variables tales como distancia al país de destino, aranceles aplicables y demanda actual del producto.

Una vez determinado el producto y el mercado al que se desea exportar, se pasa a la **etapa de investigación del mercado**. La investigación debe abarcar un análisis de las siguientes condiciones:

1

MACROECONÓMICAS:

- Nivel de ingresos promedio.
- El PIB (Producto Interno Bruto) está en crecimiento o decae.
- La moneda del país es estable, etc.

4

POLÍTICAS:

- ¿Existen embajadas y consulados mexicanos en el país de destino donde se puede acudir?
- ¿Hay conflictos políticos entre el país destino y México? Etc.

2

TÉCNICO/LEGALES:

- Existen restricciones ambientales para el empaque.
- ¿Cuáles son los requisitos para la comercialización de bienes, los requisitos fitosanitarios? Etc.

5

SOCIO-CULTURALES:

- ¿El producto se puede adaptar a las preferencias y gustos del consumidor?
- ¿Qué percepción de México y de los productos mexicanos tienen?
- ¿Los países requieren las páticas Halal o Kosher?

3

DE MERCADO:

- ¿Cuál es la demanda del producto en el país de destino?
- ¿Qué tan difícil es competir con las otras marcas del mismo producto?
- ¿Cuáles serían los costos de transporte, logística y distribución?

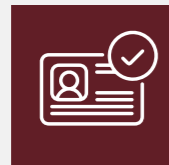
A partir de estas preguntas, es esencial realizar una investigación más profunda sobre los aspectos técnicos como la fracción arancelaria del producto, los documentos y trámites para su ingreso. Te contamos cómo hacerlo en las siguientes páginas.



Documentos y trámites

Para poder exportar es necesario que la mercancía **cumpla con los documentos necesarios** para poder ingresar al país al que se exporta. De nada sirve realizar correctamente la venta si la mercancía es detenida indefinidamente en la aduana por errores de gestión documental.

A continuación, se muestran los **requisitos y documentos** que deben contar los exportadores, así como los actores que intervienen en algunas de las fases del **proceso de exportación**.



Registro federal de contribuyentes (RFC)

En México, es necesario contar con el **RFC** para poder facturar electrónicamente, solicitar certificados, realizar trámites necesarios para la exportación, etc. El trámite para inscribirse en el RFC inicia por internet en la página de **SAT**, ahí se llena una pre-solicitud y se indican los documentos a presentar en la **Administración Local de Asistencia al Contribuyente del Servicio de Administración Tributaria (SAT)**.

Tener el RFC es importante para obtener la **Firma Electrónica Avanzada (FIEL)**, que servirá para utilizar las aplicaciones de la Ventanilla Única.



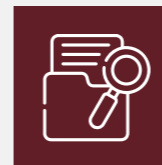
Padrón de exportadores

Las personas físicas o morales que vayan a exportar deberán registrarse en el padrón sectorial de exportadores a cargo de la **Administración General de Aduanas del SAT**. Para registrarse es necesario contar con su RFC y llenar un formato que se presenta en cualquiera de las **Administraciones Locales de Servicios al Contribuyente (ALSC)** o en la **Administración Central de Identificación del Contribuyente (ACIC)**. Los productos sujetos a este padrón sectorial son: alcohol desnaturalizado y mieles incristalizables, cerveza; tequila, licores, vinos, cigarros y tabacos labrados; bebidas energizantes, así como concentrados, polvos y jarabes para preparar bebidas energizantes; minerales de hierro y sus concentrados, y productos de oro, plata y cobre.



Propiedad intelectual

En el comercio internacional resulta necesario **proteger los derechos de propiedad intelectual** e industrial, ya que son susceptibles de **plagio**, lo cual deteriora la imagen de la empresa y el producto. Para evitar estas prácticas, los países cuentan con **tratados, leyes y organismos para su protección**. En México, el **Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)**, lleva el registro de patentes, diseño industrial, marcas, nombres y avisos comerciales.



Despacho aduanero

Una parte importante de la exportación es el despacho aduanero, que **consiste en el conjunto** de actos y formalidades que se deben realizar en la aduana. En **cada operación de exportación** debe pagarse el derecho de trámite aduanero; el documento oficial que acredita o avala la exportación es el pedimento.



Documentos aduaneros

- Factura comercial, o en su caso cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- Documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, que se hubieran expedido de acuerdo con la ley de comercio exterior, y los tratados comerciales con otros países.
- Cuando las mercancías sean susceptibles de identificarse individualmente, deberán indicarse los números de serie, parte, marca y modelo o en su defecto las especificaciones técnicas o comerciales, de acuerdo a las reglas emitidas por la Secretaría de Economía (SE).
- El agente aduanal que es la única persona autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para realizar el despacho aduanero de mercancías, o tratándose de empresa determinada el apoderado aduanal. Deberán imprimir en el pedimento su respectivo código de barras o usar otros medios de control que establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). Los formatos de pedimento son emitidos por un sistema, el cual debe cumplir con los requerimientos de la autoridad aduanera; una mala clasificación arancelaria estaría sujeta a presunción de contrabando.

Los documentos que se anexan al pedimento los debe proporcionar el exportador a su agente aduanal, incluyendo una carta de encargo o encomienda, en ésta deben establecerse los siguientes datos:

- | | |
|--|------------------------------------|
| 1 Datos de la empresa exportadora que confiere el encargo. | 5 Valor y cantidad. |
| 2 Datos del agente aduanal a quien se le confiere. | 6 Régimen aduanero de exportación. |
| 3 Fecha y lugar. | 7 Aduana de exportación. |
| 4 Tipo de mercancía. | |



Además, el agente aduanal podrá solicitar al exportador lo siguiente:

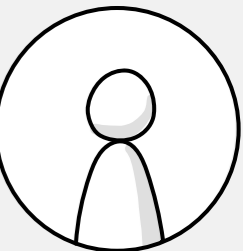
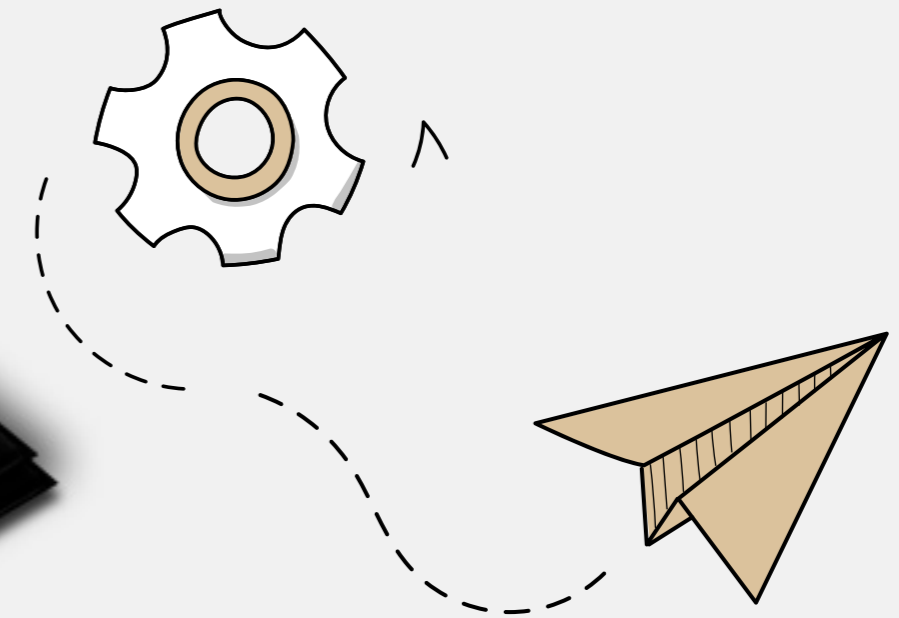
- 1 Copia del RFC.
- 2 Carta de instrucciones para el embarque de la mercancía.
- 3 Reservación de la agencia de transporte que efectuará el embarque. Si se trata de un contenedor por vía marítima se debe solicitar con antelación para cargarlos con la mercancía que se va a exportar.



Lista de empaque (packing list)

Es un documento que permite identificar el contenido de las mercancías para su transporte. En el se indicará:

- 1 La cantidad exacta de los artículos que contiene cada bulto y el tipo de embalaje.
- 2 En cada bulto se deben anotar los números y marcas que los identifiquen, mismo que se relaciona en la factura.





Transporte

Si el comprador ya tiene contratado un **medio de transporte**, no tiene más que cumplir con los tiempos y la documentación requerida.

Sin embargo, si el exportador debe hacer la contratación **es necesario tener en cuenta lo siguiente:**

- Un **análisis exhaustivo** del medio de transporte. Considerar el **costo del flete**.
- Que la empresa transportista **cumpla con los tiempos** de entrega.
- Llevar un **buen control del documento de transporte**, ya que la información debe coincidir con la factura, lista de empaque y el contrato de compra venta (este último sólo si así fue acordado).



Seguros

El **seguro incluye** una serie de coberturas para resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios. **Lo debe contratar** quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final.

La suma máxima de responsabilidad corresponde al total del valor de factura, más fletes, derechos o impuestos de importación y todos los gastos propios de la transacción comercial internacional.

Algunos consejos:

- 1 Localice a un agente aduanal que atienda sus exportaciones.
- 2 Establezca una ruta de exportación.
- 3 Elija el medio o medios de transporte más adecuados.
- 4 Revise la congruencia entre los documentos con respecto a lo embarcado.
- 5 Separe correctamente los bultos con marcas para que sean identificados inmediatamente.
- 6 Programe los tiempos de entrega considerando eventualidades.
- 7 En tráfico marítimo, reserve con anticipación un lugar en el barco o en el contenedor.
- 8 Evalúe los servicios de transportistas y verifique sus alcances y responsabilidades.
- 9 Evalúe la posibilidad de contratar un seguro internacional de transporte.





Proceso de exportación

La exportación implica diversas etapas; mismas que se presentan de manera gráfica a continuación, para su mayor comprensión:

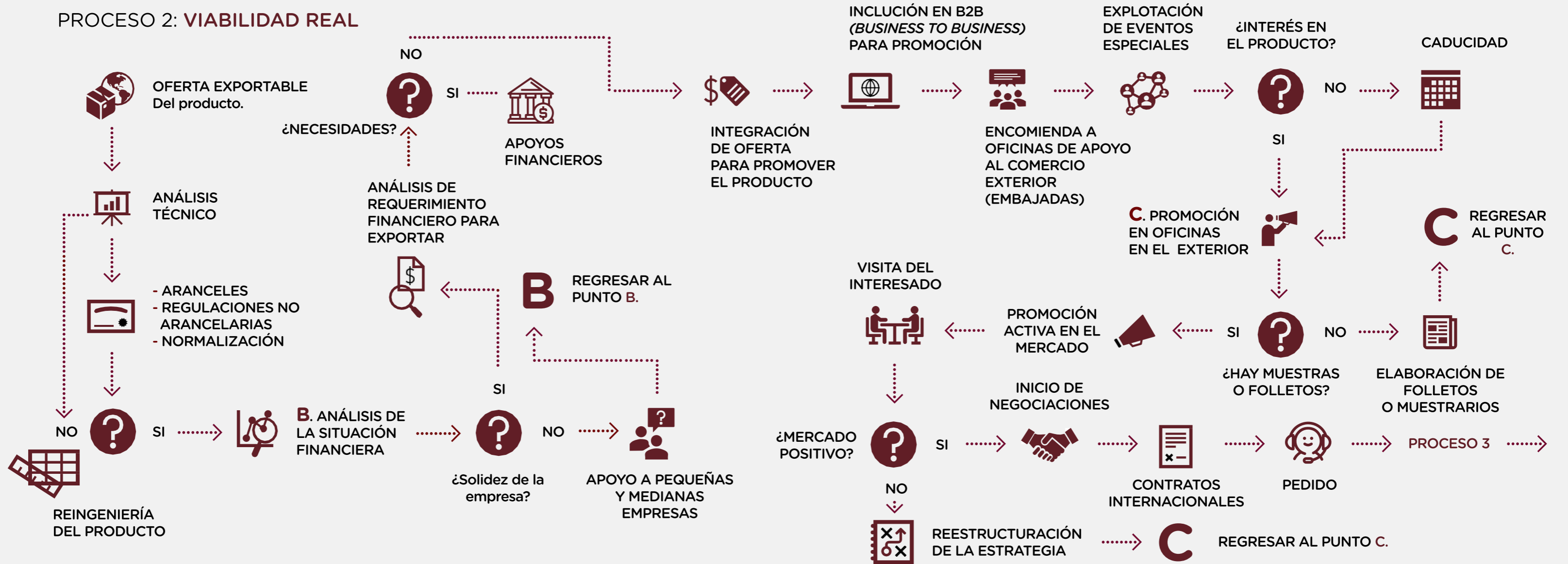
PROCESO 1: VIABILIDAD INICIAL





Proceso de exportación

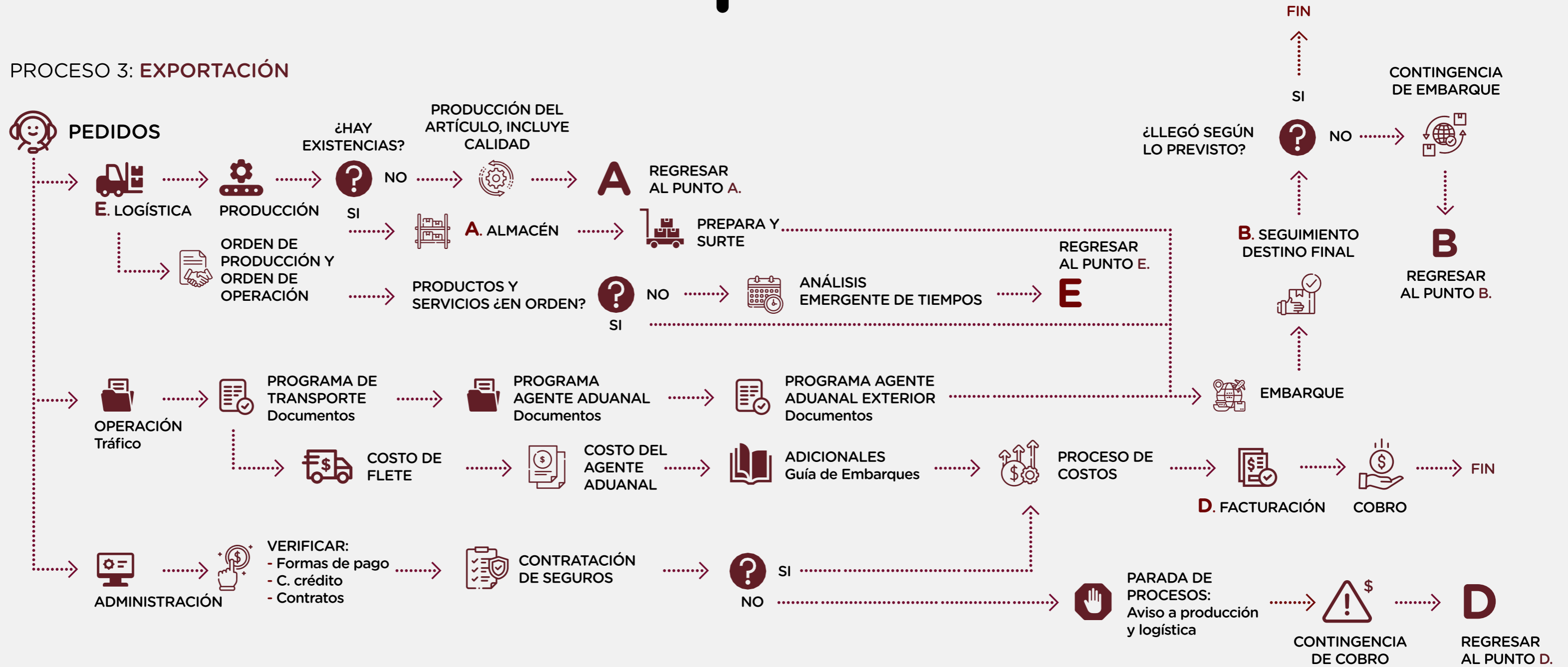
PROCESO 2: VIABILIDAD REAL





Proceso de exportación

PROCESO 3: EXPORTACIÓN





El **arancel** es un impuesto que se aplica a la importación o exportación de mercancías, de conformidad con el **artículo 12** de la Ley de Comercio Exterior de México, los aranceles pueden ser:

Ad valorem: en términos de porcentaje y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía.

Específico: en términos monetarios por unidad de medida.

Mixto: es una combinación de los anteriores.

Clasificación arancelaria

Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional, se clasifican conforme al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (**SA**), que es administrado por la Organización Mundial de Aduanas (**OMA**).

Regulaciones

El **SA** es una nomenclatura común ordenada de manera sistemática en la que cada mercancía se le identifica a través de un **código numérico general** que significa lo mismo en todos los países que forman parte de la OMA. Solo se debe tener en cuenta que el SA recibe adecuaciones y actualizaciones cada cinco años.

Gracias a este sistema una misma mercancía **se codifica en forma idéntica** hasta un nivel de seis dígitos. No obstante, a partir de los seis dígitos cada país determina sus propias clasificaciones con base a la versión del SA que tengan vigente. A este conjunto se le conoce como **fracción arancelaria** y en el caso de México comprende **ocho dígitos**.

Las mercancías sin excepción alguna, **deben clasificarse** al pasar por las aduanas, a fin de identificar la tasa de arancel que le corresponde pagar, así como para conocer la mayoría de los trámites y procesos relacionados a su producto.

Para identificar la fracción arancelaria del producto se puede:

- ▶ **Utilizar la ventanilla única de comercio exterior.**
- ▶ **Contactar a un agente aduanal.**
- ▶ **Utilizar herramientas de la SE (SIAVI, SIICEX).**

Es recomendable que en el futuro el exportador clasifique arancelariamente las mercancías correctamente. Para una correcta clasificación debe tener a la mano la **información técnica** de su producto tales como: su función, para que se usa, de que material está compuesto y en su caso, fotografías.

Para junio de 2020, **México** cuenta con trece tratados de libre comercio y seis acuerdos preferenciales. Este número de instrumentos comerciales, coloca a México dentro de los países con las redes de acuerdos más grandes del mundo.



Regulaciones

Certificado de Origen:

Es el documento donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que por tanto puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo.

Regulaciones no arancelarias:

Son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva o para preservar los bienes de cada país. Las regulaciones no arancelarias se dividen en dos clases: las cuantitativas y las cualitativas.

Regulaciones no arancelarias cuantitativas:

Se aplican a cantidades de productos o a establecer contribuciones cuantificables.

Permisos de exportación e importación:

Los permisos previos tienen la finalidad de restricción de ciertas mercancías, por razones de seguridad nacional, sanitarias o protección de la planta productiva, entre otras. Aunque la OMC exhorta a los gobiernos que sustituyan estos por aranceles; sin embargo, los permisos todavía se utilizan en muchos mercados. La Secretaría de Economía (SE) es la entidad encargada de expedir estos permisos. En el país de destino será el importador quien normalmente tenga que tramitar el permiso ante la autoridad pertinente.



Cupos.

Los cupos son montos de determinadas mercancías que pueden ser importadas o exportadas. Cada país puede fijar las cantidades, volúmenes o valores de mercancías que pueden ingresar a su territorio, así como su vigencia y la tasa arancelaria; con el fin de proteger el consumo de productos nacionales.

Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional: discriminación de precios y subvenciones.

Las medidas contra prácticas desleales de comercio internacional están destinadas a contrarrestar los posibles daños a la planta productiva nacionales atribuibles a los precios bajos con que ingresan las mercancías a un país.

Las prácticas desleales de Comercio Internacional en México se contemplan en la Ley de Comercio Exterior, Título V, Capítulos del 1 al 6.



Regulaciones no arancelarias cualitativas.

Estas regulaciones tienen que ver con el producto y/o sus accesorios, sin importar la calidad.

- 1 Regulaciones de etiquetado.**
La etiqueta no solo sirve para que el consumidor conozca la marca, sino también el país de origen, quien lo produce, cantidad, ingredientes y características, entre otros aspectos.
La información debe ser en el idioma del país importador, con un tamaño de letra proporcional, según se establezca en las regulaciones de cada país.
Si el producto es un alimento procesado y envasado, debe adicionarse la etiqueta nutricional.
- 2 Regulaciones de envase y embalaje.**
Los envases y embalajes tienen como finalidad principal proteger los productos durante las etapas de transportación y almacenaje. Las regulaciones de envase tienen que ver con la calidad de los materiales usados en la fabricación del envase, niveles de resistencia, forma de presentación de la información del producto.
- 3 Mercado de país de origen.**
A fin de identificar el país de origen de las mercancías que se importan, los países importadores emiten reglas de mercado de país de origen. Estas reglas se traducen en la utilización de marcas físicas que deben ostentar las mercancías en el momento de su importación tales como marbetes, etiquetas, etc. mismas que deberán estar claramente visibles, legibles e indicar el país de origen.
Algunos países exigen etiquetas o marcas especiales.
- 4 Regulaciones sanitarias.**
Estas regulaciones son para prevenir riesgos como: la introducción y propagación de plagas y enfermedades en animales y plantas; la presencia, en alimentos y forrajes, de aditivos contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades en su territorio.
Se les denomina fitosanitarias cuando se refieren a productos del reino vegetal, y zoonositarias cuando son para mercancías del reino animal.
Cada país importador cuenta con entidades responsables de establecer y hacer cumplir las regulaciones en la materia para los productos agropecuarios y pesqueros que se comercializan, procesados o no.
En México, las regulaciones sanitarias que podrán ser aplicadas a ciertos productos destinados a la exportación, incumben a: Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER), Secretaría de Salud (SS) y Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).
- 5 Normas técnicas.**
Especifican las características y propiedades técnicas, así como, en ciertos casos, métodos de manufactura que debe cumplir una mercancía para un mercado específico. Con estas normas se garantiza que los productos cuentan con la calidad, seguridad y métodos de fabricación adecuados. Aunque suelen ser establecidas por organismos privados, en algunos países es el gobierno quienes lo hacen, (en México son las secretarías de Estado las encargadas).
Algunos tipos de normas son: durabilidad, dimensiones, resistencia, inflamabilidad, seguridad del uso, toxicidad, estanqueidad, ergonomía y acabados.
- 6 Normas de calidad.**
Estas normas dependen del producto que se vaya a exportar. Aunque cada mercado de exportación tiene sus propias normas de calidad para cada producto muchos países desarrollados tienden a adoptar normas estandarizadas. Por ejemplo, la ISO 9000, que es una norma de calidad para la gestión de calidad, determinando indicadores para evaluar su desempeño y cumplimiento de objetivos.
- 7 Regulaciones ecológicas.**
Estas van encaminadas a mantener y proteger el ambiente, mejor conocidas como ecológicas. En los principales mercados importadores se ha convertido en prioridad este tema. Actualmente hay más de 28 ecoetiquetas a nivel mundial. Este tipo de etiquetado usualmente es voluntario. Entre las que sobresalen están el Punto Verde y Ángel Azúl de Alemania.



Términos de negociación internacional

En el entorno del comercio exterior sería difícil realizar operaciones de importación y exportación sin **reglas aceptadas** en el ámbito internacional, que señalen las **obligaciones y los derechos** del comprador y del vendedor.

Las **Reglas Incoterms®** establecen **normas claras** para los compradores y vendedores, en cuanto a delimitación de derechos y responsabilidades, así como la identificación de costos, documentos y tareas necesarias para la entrega de la mercancía hasta el lugar convenido, de forma que se eviten incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en los diferentes países.

Los **INCOTERMS** determinan **el punto exacto de la transferencia** del riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre vendedor y comprador; es decir, especifican **aspectos logísticos** del contrato, como son el momento y el punto de **entrega de la mercancía**, el medio de transporte, la responsabilidad sobre el seguro de la carga y el despacho aduanero.

Es importante decir que los **INCOTERMS** que elija influye en los costos del contrato, pero no se ocupan de todos los aspectos logísticos, por ejemplo: la transmisión de la propiedad, las cláusulas internas, los instrumentos de pago, el incumplimiento de contrato y sus consecuencias, etc.

Los **Incoterms®** por sí mismos NO:

- ▶ Constituyen un contrato.
- ▶ Reemplazan las leyes que rigen el contrato.
- ▶ Definen las transferencias de título.
- ▶ Atienden las condiciones de precio en efectivo o créditos.



INCOTERMS											
	Embolaje y tramitación	Carga	Transporte	Trámites de exportación	Carga a bordo	Coste y flete	Descarga de buque	Trámites de importación	Transporte a destino	Descarga en destino	
EXW	EXWORKS	LUGAR CONVENIDO									
FCA	FREE CARRIER	LUGAR CONVENIDO									
FAS	FREE ALONGSIDE SHIP	PUERTO DE ENVIO									
FOB	FREE ON BOARD	PUERTO DE ENVIO									
CFR	COST AND FREIGHT					PUERTO DE DESTINO					
CIF	COST, INSURANCE AND FREIGHT					PUERTO DE DESTINO					
CPT	COST PAID TO...							PUERTO DE DESTINO			
CIP	CARRIER AND INSURANCE PAID TO...							PUERTO DE DESTINO			
DAP	DELIVERY AT PLACE										
DPU	DELIVERY AT PLACE UNLOADED										
DDP	DELIVERY DUTY PAID										



Metodología para definir el precio del producto que va a exportar.

El exportador debe tener un conocimiento preciso del costo en que ha incurrido para fabricar o comercializar un producto destinado a la exportación. El verdadero empresario debe hacer un análisis contable en el que defina sus estrategias y cuide no descapitalizarse.

1. Costos variables de fabricación: materia prima, mano de obra y otros gastos variables. La suma de estos tres conceptos constituye el costo variable de fabricación.
2. Costos de comercialización: investigación y estudios de mercado, promoción de ventas, publicidad y ventas y su costo administrativo. Entre estas actividades hay algunas que generan gastos, independientemente si se vende o no.
3. Costos de exportación: es la suma de los gastos que originan los diferentes actos encaminados a la exportación, estos actos varían dependiendo de la negociación o cotización que se realice. Estos incluyen los costos de mantener una gerencia de exportación, sueldos y rentas y los costos variables ocasionados por la realización concreta de la exportación.

Así, el costo unitario de un producto de exportación se compone de los costos mencionados arriba, los costos variables de comercialización pueden no incluirse.

Gastos que se incurre para exportar.

- 1 Envase y embalaje de exportación.
- 2 Marcas, etiquetas, leyendas, o impresos especiales.
- 3 Optimización de la carga.
- 4 Inspección, certificación y verificación de exportación en la planta o almacén de la empresa.
- 5 Almacenaje local previo (si se requiere).
- 6 Tramitación de documentos.
- 7 Recolección o transporte nacional, incluyendo maniobras o renta de equipo.
- 8 Impuesto de exportación.
- 9 Seguro de la mercancía hasta su entrega al medio de transporte internacional.

Por último, recuerde lo siguiente:

- a) Una de las principales bases para una cotización internacional reside en la determinación del precio de venta de exportación, por lo que su formación es muy importante.
- b) Tener presente que cada mercado es diferente; por lo mismo, será distinto precio en un país que otro. Calcular el precio de exportación por cada mercado.
- c) Realice una auditoría y análisis de costos. Identifique los costos de mano de obra, material, gastos directos e indirectos, gastos generales y administrativos, costos de distribución, promoción y comercialización en general.
- d) Analice los precios de su competencia en el mercado de destino.
- e) Determine los límites en los cuales ya no puede disminuir su precio.
- f) Elabore cotizaciones claras y completas que incluyan condiciones comerciales (Incoterms)
- g) Determine hasta qué punto desea delimitar su responsabilidad de la mercancía.
- h) Verifique el costo del transporte internacional.



Contratos internacionales

Un contrato **es un acuerdo de voluntades** entre dos o más partes, que genera derechos y obligaciones. Hay un **contrato internacional** cuando una o más personas físicas o morales están domiciliadas en diferentes países.

Los contratos internacionales pueden ser **informales**, por medio de un acuerdo verbal o de un intercambio de documentos (correspondencia, faxes, correo electrónico, pedidos, órdenes de compra, documentos de embarque, etc.), o pueden ser **formales**, a través de contratos escritos, que es lo más aconsejable.

Tipos de contratos.

Existen varios tipos de contratos que involucran diferentes actividades de comercio internacional, como son:

- **De compra - venta**, que comprende una sola transacción.
- **De suministro** (modalidad del contrato de compraventa), que puede incluir entregas repetidas de un producto, en el marco de un solo contrato.
- **De distribución, de comisión o agencia mercantil.**
- **De licencia para el uso o explotación** de una patente o una marca.
- **De maquila de exportación** (confección de prendas de vestir, entre otros).
- **De prestación de servicios.**
- **De franquicia** de exportación.

Entre algunas de **las cláusulas** que se deben considerar incluir en contratos de compra - venta internacional de mercancías **se encuentran:**

- 1 **Objeto del contrato:** especificar las mercancías que se venden detallando la cantidad, características y condiciones.
- 2 **Precio de las mercancías:** especificar el tipo de moneda que se utilizará y el tipo de INCOTERM.
- 3 **Forma de envío de las mercancías:** el vendedor queda obligado a envasar y embalar las mercancías de forma adecuada para conservarlas y protegerlas.
- 4 **Momento y forma de pago:** señalar el momento en que se debe de efectuar el pago.
- 5 **Entrega de las mercancías:** especificar el momento y el lugar de entrega, podrá ser una fecha determinada o dentro de un plazo; así como también señalar con precisión el lugar exacto.
- 6 **Entrega de los documentos:** especificar cuales documentos relativos a la operación deberá entregar el vendedor al comprador, tales como: factura, conocimiento de embarque, certificado de origen, póliza de seguro, certificado de calidad, lista de empaque, etc.
- 7 **Certificación del producto:** en ciertos casos el comprador solicita que las mercancías objeto de la operación sean analizadas por un tercero, que por lo general sería una empresa dedicada a la certificación de productos. Dichos análisis deben efectuarse antes de que los productos sean dispuestos a disposición del transportista.
- 8 **Responsabilidad sobre el producto:** en algunos países desarrollados existen disposiciones legales relativas a la responsabilidad sobre el producto, lo cual significa que el fabricante o vendedor de ciertos productos, incurre en responsabilidad cuando algún producto cause daños a un tercero por los defectos en la fabricación del mismo producto.



- 9 **Patentes y Marcas:** los titulares de una patente o de un derecho marcario requerirán salvaguardar sus derechos de propiedad intelectual de acuerdo a los derechos que les otorga la Ley.
- 10 **Vigencia del contrato:** las partes pueden establecer el plazo que consideren prudente para que surtan efecto los compromisos que hayan contraído en dicho documento.
- 11 **Rescisión por incumplimiento:** las partes pueden incluir libremente las causas que darán origen para que cualquiera de ellas pueda declarar la rescisión del contrato.
- 12 **Legislación aplicable:** no hay un derecho de aplicación universal que rijan los contratos mercantiles internacionales. Por tal motivo, se sugiere que establezca en una de las cláusulas del contrato, que todo lo no previsto en el mismo se regirá por la “Convención de Viena” en forma supletoria.
- 13 **Solución de controversias:** cuando la controversia se refiera a cuestiones técnicas o de calidad, las partes pueden recurrir a la opinión de un experto.

Formas de pago internacional

Sin duda, uno de los **puntos clave para el éxito** de las operaciones de comercio internacional es elegir la forma más adecuada para **recibir o efectuar los pagos** en las transacciones comerciales.

En una **transacción comercial** las partes son quienes pactan cómo se paga y el lugar y momento de pago. Por eso, **la primera recomendación** general que debe tomarse en cuenta es que, antes de embarcar mercancías al extranjero, se debe contar con referencias de la parte compradora.

En cuanto a la **forma de pago** por elegir, también es conveniente saber que el exportador debe cumplir con lo prometido, y que no solamente es con entregar las mercancías o servicios, sino con la documentación en tiempo y forma. Ya que las mercancías se amparan con **la factura** y el **documento de transporte**.

Principales formas de pago.

Se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías.



Cobranza abierta/Cheque: se entiende como el método tradicional de cobrar; ir a las instalaciones del comprador el día y hora acordado. Aunque para comercio internacional no es recomendable.



Giro bancario: Se realizan a través de cheques compensables en el país al cual se envían y los bancos cuenta con disponibilidad en las principales divisas. El costo de comisión puede variar según el banco o casa de cambio.



Orden de pago: Funciona muy similar a la transferencia bancaria, sin embargo, se usa cuando la persona física o moral no tiene cuenta en el banco emisor. El procedimiento es realizar un depósito en ventanilla, se recibe un número de folio de la transacción y el beneficiario recibe el depósito en su cuenta bancaria. Aunque esta forma de pago rara vez se utiliza, es recomendado cuando su banco y el de la contraparte no tengan convenios y se dificulte la transferencia.



Transferencia bancaria: es el método más sencillo y más utilizado. Usualmente se utiliza contra entrega de la mercancía o según la negociación. Únicamente es necesario solicitar a su banco el depósito con los siguientes datos: divisa, banco, código Swift o ABA number, beneficiario, n° de cuenta, referencia.



Carta de crédito (confirmada e irrevocable): es el mecanismo de cobro más seguro por su carácter de irrevocable y por contar con el aval del Banco emisor.



Solución de controversias de comercio exterior.

En sentido amplio, existen **dos alternativas** para arreglar los conflictos derivados de una operación de comercio internacional: **los tribunales judiciales y el arbitraje comercial internacional**.

Esta segunda se ubica dentro de los diversos métodos alternativos de solución de controversias (por ejemplo: la mediación, buenos oficios, amigable composición), la cual ocupa el primer lugar por su eficacia. Existe una diferencia práctica y fundamental entre los procedimientos judicial y arbitral.

Si se opta por el **arbitraje** (que es el recomendado) en relación con un contrato en particular, en la práctica se debe tomar la decisión en el momento de redactar dicho contrato e incluir una cláusula compromisoria o arbitral (como ya se mencionó, una de las características esenciales del arbitraje). Sin embargo, es bien sabido que se puede recurrir a los **tribunales judiciales** para dirimir la controversia, incluso en ausencia de cláusula concreta o de algún referente de competencia.

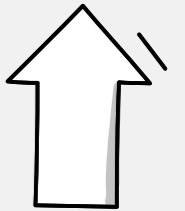
En consecuencia, solo se podrá disfrutar de las **ventajas del arbitraje** si las empresas conocen y reconocen de antemano sus estipulaciones contractuales. Una vez que surge la controversia, si las partes no se han puesto previamente de acuerdo sobre el arbitraje, será, por lo general, demasiado tarde.

El arbitraje comercial internacional es un medio alternativo de solución de controversias, por medio del cual las partes someten un conflicto a la decisión de un tercero, que pone fin a dicha controversia.

Apoyos tecnológicos

Contar con los beneficios de la tecnología es parte de los principios básicos de la competitividad empresarial:

**CALIDAD - PRECIO - INNOVACIÓN -
ESTRATEGIA COMERCIAL**



Mejorar la calidad.

En el mercado internacional, cada día se mejoran los productos, se innovan o, simplemente, a través de la tecnología se mejora su presentación y diseño. Lo importante es satisfacer las necesidades del consumidor y presentar un producto igual o mejor que el de los demás competidores.



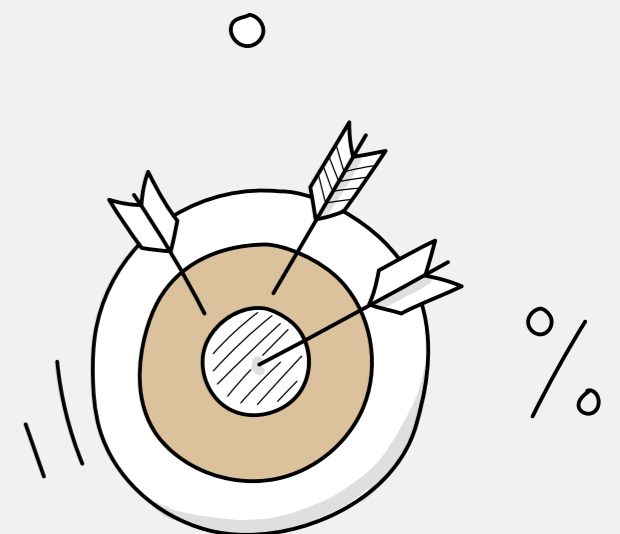
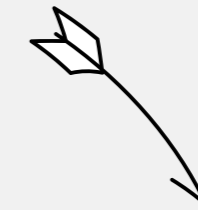
Precio competitivo.

Hay una tendencia de reducción de precios para muchos sectores; para ello, es necesario que la empresa disminuya sus costos de producción mejorando sus técnicas productivas, pues de otra forma tendría que reducir sus utilidades.



Innovación.

El secreto está en crear cada vez algo mejor; nuevos productos, productos complementarios, gamas de servicio de apoyo, nuevos esquemas de distribución, de cobro, de inventarios, y en general, crear, inventar e innovar en todos los aspectos relativos a la producción y venta de los productos.





Apoyos financieros

Para ser más competitivos al momento de exportar es necesario contar con los **recursos económicos suficientes** para conquistar los mercados internacionales y crecer en ellos.

Por ello muchas empresas requieren tener **mayor liquidez para producir y exportar eficientemente**, esto les hace requerir de financiamientos que estén a su alcance en condiciones de un bajo riesgo.

Si su empresa logra obtener un financiamiento es muy importante llevar una adecuada utilización del **crédito**, sobre todo en mercados o regiones donde la economía está deteriorada.

Hay ciertas **instituciones** que tienen el propósito de brindar a la comunidad empresarial mexicana un apoyo integral que permita incrementar su competitividad internacional, tales como **Bancomext, Nafin y la banca comercial**, brindan asistencia financiera por lo que es recomendable solicitar su asesoría y conocer todos los programas de apoyo financiero que tienen.

Ferias y Expos

En la actualidad existen muchas y variadas formas de promover un producto o una empresa.

Sin embargo, la estrategia más utilizada por los empresarios es la de participar en **exposiciones**.

Cuando una empresa decide utilizar esta **estrategia para captar clientes** y penetrar en el mercado es necesario investigar lo siguiente:

- 1 Nombre del evento.
- 2 ¿Quiénes participan?
- 3 ¿Es especializada o no?
- 4 ¿Quién lo organiza?
- 5 ¿Cuántos años tiene realizándose?
- 6 ¿A quién va dirigido?
- 7 Duración del evento.
- 8 Lugar donde se realiza.
- 9 Costo del evento.

Una vez que se cuente con esa información es recomendable **investigar los resultados** que han tenido otros participantes en ese evento y su experiencia en cuanto a la organización del mismo.



Algunas de las ferias más conocidas son:



Natural Products Expo West 2022

Marzo - Anaheim, California.
Nació en 1981, es un evento de productos naturales y orgánicos. En esta feria se puede detectar tendencias y exponer lo último en alimentos y bebidas, belleza y hogar, suplementos y nutrición.



Seafood Expo North 2022

Marzo - Boston, Massachusetts
Es la mayor exposición comercial de productos del mar de América del Norte. Los expositores suministran y exhiben casi todos los tipos de productos y servicios relacionados con pescados y mariscos. Las industrias que asisten al evento incluyen: Empresas de acuicultura, Aerolíneas, Bares / Clubes, Líneas de cruceros, Distribuidores, Cadenas de comida rápida, Comercio electrónico, Gobierno, Tiendas de abarrotes, Hospitales, Hoteles, Importadores / Exportadores, Fabricantes, Procesadores, Resorts, Restaurantes, Escuelas, Supermercados y Mayoristas.



Expo Ceres Agroinnovación

Marzo - Los Mochis, Sinaloa.
Expo Ceres es la expo de innovación agrícola que se lleva a cabo en Los Mochis, Sinaloa, donde se pueden encontrar giros diversos como lo son: comunicaciones, paneles solares, seleccionadoras, tecnología para la automatización industrial, drones para uso agrícola, control de flotillas, revistas especializadas, hotelería, entre otros.



Fruit Logistica

Abril - Berlín, Alemania
Fruit Logistica incluye todas las áreas de negocio y participantes del mercado de los productos frescos proporcionando una visión completa de todas las novedades, productos y servicios en todo el proceso.



Anuga Foodtec

Abril 2022 - Colonia, Alemania
Se lleva a cabo cada tres años como complemento de la feria de ANUGA sobre alimentos y bebidas. Se dedica a presentar las últimas tendencias y desarrollos en la industria de los alimentos y su procesamiento.



Expo ANTAD & Alimentaria

Mayo - Guadalajara, Jalisco
Alimentaria expo internacional de alimentos y bebidas más importante de México, que integra toda la oferta de productos alimentarios, equipo para la preparación, conservación y presentación de alimentos para la restauración. Se una así la Expo ANTAD un evento destinado a los responsables de compras y a los propietarios de las tiendas de autoservicio y departamentales de Guadalajara.



Algunas de las ferias más conocidas son:



SIAL CHINA

Mayo - Shanghái, China
Es la exposición de innovación en alimentos y bebidas más grande de Asia.



National Restaurant Association Show

Mayo - Chicago, Illinois
La expo de productos agroalimentarios e industria hospitalaria (hotelería, restaurantes y catering) más importante donde se reúnen compradores mayoristas, minoristas, cadenas hoteleras, restaurantes, tiendas de autoservicio y de convivencia, interesados en la oferta de productos procesados, gourmet, bebidas espirituosas, charcutería y productos enlatados.



Summer Fancy Food Show

Septiembre - Nueva York
Es la expo más grande de comida especializada en América del Norte, con más de 200,000 productos en exposición, alimentos especializados y bebidas, que incluyen desde dulces, queso, café, bocadillos, especias, étnicos, naturales, orgánicos y más.



SIAL PARIS

Octubre - París
Es un foro internacional que sirve para exportar las tendencias e innovaciones mundiales en la industria agroalimentaria. La relación de los expositores involucra los siguientes sectores:
Bebidas, Embutidos, Conservas, Comestibles, Frutas y Verduras, Productos Biológicos y productos del mar, Productos dietéticos y complementos alimentarios, Productos lácticos, Congelados, Productos azucarados y panificación, Comidas preparadas, Carnes, Vinos y Pabellones nacionales y regiones del mundo.



PMA - Fresh Summit International Convention & Expo

Octubre - Nuevo Orleans, Louisiana
Evento de productos frescos más grande del mundo.
Asisten más de 22 mil personas vinculadas a la producción de frescos y flores de más de 60 países, y donde asisten más de 3,000 compradores. Como una comunidad, cadenas de suministros, productores y compradores, se reúnen para aprender, establecer redes, establecer relaciones y hacer negocios.



Organismos de apoyo a la actividad exportadora

- 1** **BANCOMEXT.**
Banco Nacional de Comercio Exterior: Es el organismo del gobierno mexicano cuya misión consiste en impulsar el crecimiento de las empresas mexicanas e incrementar su participación en los mercados globales, ofreciendo alternativas que fortalezcan su competitividad y fomenten la inversión a sectores prioritarios, a través del acceso al financiamiento y a otros servicios financieros y promocionales.
- 2** **CPDM.**
Centro Promotor de Diseño – México: Apoya a los empresarios nacionales en sus esfuerzos por hacer competitivos sus productos y servicios, mediante el diseño y la innovación.
- 3** **IMPI.**
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial: Asesoría en el registro, otorgamiento y protección de patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, avisos y nombres comerciales, denominaciones de origen y secretos industriales.
- 4** **NAFIN.**
Nacional Financiera: Tiene como objetivo impulsar la realización de proyectos de inversión viables que estimulen la generación de empleo y el crecimiento económico, a través de facilitar el acceso al financiamiento a empresas micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.
- 5** **SE.**
Secretaría de Economía: Es una dependencia del ejecutivo federal, a través de sus oficinas el empresario mexicano puede obtener información y apoyo en diversos aspectos industriales, comercio nacional e internacional, normatividad, inversión extranjera, mediante programas e instrumentos diseñados para impulsar su desarrollo.
- 6** **AMCHAM.**
American Chamber of Commerce: Es una organización independiente, no lucrativa, dedicada a representar, promover y desarrollar los intereses de negocios entre México y Estados Unidos, sirviendo a la comunidad de negocios en la promoción del comercio e inversión.
- 7** **ANIERM.**
Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana: Es un organismo no lucrativo del sector privado y de afiliación voluntaria, especializado en comercio exterior. Apoya mediante gestiones con las autoridades gubernamentales, para reducir trámites y controles innecesarios que entorpecen las operaciones comerciales con el exterior.
- 8** **CANACOS.**
Cámaras de la Industria de la Transformación: Es el organismo de representación de los empresarios industriales.



Tratados de libre comercio firmados con México

ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES SUSCRITOS POR MÉXICO			
Acuerdo/Tratado	Países Signatarios	Vigencia	
		Desde	Hasta
T-MEC	México, Estados Unidos y Canadá	01-Ene-1994	Indefinida
Tratado de Libre Comercio entre México y Colombia	México y Colombia	01-Ene-1995	Indefinida
TLC México – Chile	México y Chile	01-Ago-1999	Indefinida
TLCUEM	México y los países miembros de la Unión Europea	01-Jul-2000	Indefinida
TLC México - Israel	México e Israel	01-Jul-2000	Indefinida
TLC Único México – Centroamérica	TLC México, El Salvador, Guatemala y Honduras	14-Mar-2000	Indefinida
Tratado de Libre Comercio entre México y Uruguay	México y Uruguay	15-Jul-2004	Indefinida
TLC México Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	México, Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza	01-Jul-2001	Indefinida
Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre México y Japón	México y Japón	01-Abr-2005	Indefinida
TLC México – Panamá	México y Panamá	01-Jul-2015	Indefinida
Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico	México, Colombia, Chile y Perú	01-May-2016	Indefinida



Acuerdo Amplio y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP)	México, Australia, Canadá, Chile, Japón, Perú, Brunei, Malasia, Nueva Zelanda, Singapur y Vietnam	30-Dic-2018	Indefinida
Acuerdo de Integración Comercial México Perú	México y Perú	01-Feb-2012	Indefinida
Acuerdo de Complementación Económica No. 66 entre Bolivia y México	México y Bolivia	07-Jun-2010	Indefinida
Acuerdo de Complementación Económica No. 55 entre México y MERCOSUR	México, Paraguay, Uruguay, Brasil y Argentina	01-Ene-2003	Hasta que sea sustituido por un Acuerdo de Libre Comercio entre el MERCOSUR y México
Acuerdo de Complementación Económica Brasil – México (AAP.CE N°53)	México y Brasil	02-May-2003	Hasta que entre en vigor un Acuerdo entre el Mercosur y México
Acuerdo de Complementación Económica entre Argentina y México (ACE N°6)	México y Argentina	01-Ene-1987	Indefinida
Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N°29 entre Ecuador y México	México y Ecuador	06-Ago-1987	Indefinida
Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N°38 entre México y Paraguay	México y Paraguay	01-Jul-1994	
Acuerdo entre el Gobierno de México y el Gobierno de Australia para la Protección Recíproca de las inversiones.	México y Australia	08-23-05	07-21-07
Acuerdo entre el Gobierno de México y el Gobierno de la India para la Promoción y Protección de las inversiones	México e India	05-21-07	02-23-08



Directorio de Secretaría de Economía de Sinaloa



Lic. Javier Gaxiola Coppel
Secretario



Lic. Adriana Rojo
Secretaría Técnica



Lic. Felipe C. Ibarra Retamoza
Subsecretario de Promoción y
Competitividad Económica



Lic. Carolina Sánchez Arredondo
Directora de Comercio Exterior



Lic. Rosangélica Alcalá Sandoval
Jefe de Capacitación para las
Exportaciones



Lic. Natalia Díaz
Jefe de Promoción a las
Exportaciones



Lic. Rosendo Rodríguez Mones
Jefe de Información y
Vinculación Comercial



Lic. Carlos Tadeo López Uriarte
Relaciones Institucionales



Lic. Elvia Salomón Martínez
Marketing



Lic. Brenda Elena Aguilar Seguame
Análista

Bibliografía

Decídete a Exportar Guía
Básica, 1ra Edición, ProMéxico,
noviembre 2015.

Guía Básica de exportación, Jaltrade
Instituto de Fomento al Comercio
Exterior del Estado de Jalisco.

Ruta para exportar, Guía de pasos básicos
para MiPyMEs mexicanas que buscan
exportar, Secretaría de Economía, 2020.

Exportate



SINALOA
GOBIERNO DEL ESTADO

ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

EL **ABC** DE LA EXPORTACIÓN