



CAPÍTULO II
- MARCO TEÓRICO -



2.1 EXPORTACIÓN

De acuerdo a Acerenza, exportar es la actividad comercial que realizan las empresas hacia otros países para incrementar sus utilidades y obtener mayor prestigio internacional. Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos principales:

- Ubicación
- Precio
- Capacidad de ofertar la producción

2.2 FORMAS DE EXPORTAR

2.2.1 Exportación Indirecta

Según Granell en su libro la exportación y los mercados internacionales, una exportación indirecta es cuando una empresa empieza a exportar productos y a manejar las ventas extranjeras como ventas internas, estas ventas se hacen por medio una organización interna a de ventas de la empresa ya que no cuentan con un área especializada en la exportación. Por medio de una compañía comercializadora es que se comienzan las actividades de exportación indirecta. Este tipo de compañías se encargan de vender productos a diferentes países fungiendo como agente para los clientes de compra y venta, ofrecen igualmente servicios a sus clientes de importación, exportación, almacenamiento, transportación y supervisión de distribución de productos a través de intermediarios.



2.2.2 Exportación Directa

Es cuando la empresa crea un departamento exclusivo para exportaciones y para vender de forma directa a compañías extranjeras. El gerente del área es el encargado de establecer contacto con los compradores extranjeros y es también el que se ocupa de los estudios de mercado y de la documentación apropiada. Al tener contacto con los compradores foráneos existe más control sobre la salida de nuestros productos.

2.3 MOTIVOS PARA EXPORTAR

La internacionalización es una razón muy fuerte para que una empresa comience a llevar a cabo actividades de comercio hacia otros países menciona Acerenza en el libro Marketing internacional, un enfoque metodológico hacia la exportación. Actualmente México cuenta con algunos tratados de libre comercio ya acordados que permiten acceder más fácilmente hacia estos mercados por medio del recorte de requisitos, eliminación de aranceles y aceleración de trámites. Una serie de factores son las que impulsan a las empresas para que lleven a cabo la exportación:

- Ü Disminución de riesgo y aumento en las economías de escala
- Ü Aumento en producción, capacidad productiva y mayor adaptación de procesos
- Ü Crecimiento y competitividad por experiencia
- Ü Diversificación de mercados
- Ü Incremento de calidad, innovación



2.4 ARANCELES

2.4.1 Arancel

Un arancel es un impuesto que se paga por los bienes que son importados a un país de acuerdo al libro Clasificación arancelaria de las mercancías de Felipe Acosta. Son los derechos de aduana que pueden ser específicos o “ad valorem”: los específicos exigen el pago de una cantidad determinada por cada unidad del bien importado, por cada unidad de peso o por cada unidad de volumen; los ad valorem son los más usados, y son calculados como un porcentaje del valor de los bienes. Los aranceles aumentan el precio de los bienes importados. Algunos puntos a favor de los aranceles:

- Ü Protege la industria nacional, así mismo se fomenta un aumento en el empleo
- Ü Desalienta el flujo libre de productos de un país a otro
- Ü Mejor control en calidad
- Ü Incremento en la producción nacional y reduce las cantidades consumidas e importadas

2.4.2 Clasificación de aranceles según forma de pago:

- Ü *Ad Valorem*: Porcentaje del valor de la factura de la mercancía en la aduana.
- Ü *Específico*: Son los que se cobran por unidad de medida.
- Ü *Mixto*: Cuando se combinan ambos criterios.



2.4.3 Clasificación de aranceles según la relación entre países

- ü *General:* es el aplicado por medio de la Organización mundial de comercio (OMC), 147 países son miembros y se les aplica un arancel límite de 35%.
- ü *Preferencial:* Es el Arancel aplicado a mercancías provenientes de países con los que tenemos tratados. México cuenta con este tipo de arancel con la mayor parte de países gracias a todos los tratados de libre comercio que se han firmado.
- ü *Diferencial:* Cuando se cobran aranceles mayores a los generales, aplicado a países a los que se les sanciona o castiga económicamente ya sea por dumping o falta de calidad.

2.4.4 Barreras No Arancelarias

Las barreras no arancelarias son el conjunto de regulaciones administrativas que crean cierta limitación hacia los productos extranjeros y una ventaja hacia los productos nacionales debido a que dentro de estas regulaciones se encuentran las cualitativas sanitarias, las ecológicas, las de toxicidad, de etiqueta, de empaque y de calidad. Y las cuantitativas: Cuotas, permisos de importación y de exportación, precios oficiales, impuestos antidumping e impuestos compensatorios. Este tipo de medidas impiden el libre flujo de mercancías de un país a otro.



2.4.5 Trámites aduanales

Cuando un producto llega al país de destino debe presentar una serie de documentos y formas a la hora de pasar por la aduana de importación correspondiente. Los pasos a realizar son los siguientes:

- Presentación debida de documentos y formatos de exportación
- Declaración de despacho e inspección de mercancía
- Firma del manifiesto y pago de impuestos correspondientes

2.4.6 Agentes aduanales

Son los encargados del desaduanización de las mercancías entrantes, ellos las despachan y hacen el pago de los aranceles correspondientes, así mismo formulan los pedimentos de exportación el cual es el documento que elabora el agente describiendo las características, aranceles, etc.

2.5 SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS

El sistema armonizado es una nomenclatura de seis dígitos para bienes transportables que satisface las necesidades de las autoridades aduaneras así como los requisitos relativos a las estadísticas de importación y exportación. Se usa de igual manera para la transmisión de datos con códigos comunes que identifican las categorías a las que pertenecen los productos ya sean bienes o mercancías transportables, esto se señala en el libro: El proceso de adhesión de México al acuerdo general sobre aranceles aduaneros y comercio



El sistema armonizado también constituye una estructura legal y lógica con un total de poco más de 1 300 partidas agrupadas repartidas en 97 capítulos arancelarios, articulados en 21 secciones. Fue elaborado por el consejo de cooperación aduanera ahora llamada organización mundial de aduanas y por la organización mundial del comercio (OMC), esto implica que todos los países miembros incluyendo México están obligados a usar esta nomenclatura.

Es usado para los siguientes propósitos:

- Ü Elaboración de reglas de origen y estadísticas
- Ü Cumplimiento de entrega

Al usar el sistema armonizado es de suma importancia tomar en cuenta ciertos puntos:

- Ü Conocer el producto y sus características
- Ü Ubicar la sección del sistema armonizado a la que pertenece el producto
- Ü Cuando se encuentra el capítulo se busca la partida y posteriormente la subpartida, hasta llegar a la fracción arancelaria

Para interpretar del sistema armonizado es importante conocer las reglas generales y complementarias. Las reglas generales son las que están basadas por lo que dicen las partidas, las notas de sección o capítulos.



2.6 TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO

También conocidos como INCOTERMS, por sus siglas en inglés, son las reglas internacionales que sirven para interpretar los términos comerciales acordados por la cámara de comercio internacional, los INCOTERMS de acuerdo a Acosta en el libro Incoterms: términos de compra – venta internacional, y regulan lo siguiente:

- Ü Distribución de documentos.
- Ü Las condiciones de entrega de la mercancía.
- Ü Distribución de los costos operativos.
- Ü Distribución de riesgos operativos.

Los Incoterms determinan el grado de responsabilidad de cada parte de la transacción ya sea el comprador o vendedor, se debe incluir desde el principio en el contrato, esto evita conflictos y son de mutuo acuerdo establecido desde el inicio de la transacción.

2.7 PRINCIPALES FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL

2.7.1 Carta de crédito

Es un documento de pago que ayuda al exportador a realizar transacciones comerciales con clientes y proveedores extranjeros o nacionales asegurándole el pago de la mercancía. En la guía de exportación de Bancomext menciona que en el uso de la carta de crédito, el banco del cliente se compromete a devengar el pago al beneficiario cuando éste entregue la mercancía y tenga los documentos necesarios para cobrar la factura y cumpla con los términos y condiciones de la propia carta de crédito.



Por la facilidad para modificarse o cancelarse las cartas de crédito son:

- **Revocables:** es cuando el banco que emite la carta puede en cualquier momento modificarla o cancelarla sin previo aviso al beneficiario.
- **Irrevocables:** es cuando el banco emisor se compromete a pagar, a negociar y a cumplir con los pagos diferidos respetando vencimientos. Aquí la carta no se puede modificar ni cancelar sin previo aviso al beneficiario.

Por compromiso de pago son:

- **Notificadas o avisadas** cuando sólo, como su nombre lo dice, avisan al beneficiario los términos y condiciones de la operación.
- **Confirmadas** cuando se da la seguridad al beneficiario de que éste, recibirá su pago pase lo que pase.

2.7.2 Letra de cambio (Bill of Exchange)

Es un título de crédito que se utiliza para realizar operaciones comerciales. Las letras de cambio más comunes son: La letra en donde el girador le da instrucciones al girado de pagar una cierta cantidad a una persona designada, generalmente en pago por la transferencia de bienes o servicios. Las letras o giros a la vista son pagaderos a su presentación. Las letras a plazo (también llamadas letras con vencimiento fijo) son pagaderas en una fecha fija futura o que se determinará (a 30, 60, 90 días, etc.). Las letras a plazo se utilizan como herramientas de financiamiento (al igual que los Documentos contra Aceptación) para dar al comprador tiempo de pagar su compra. (b) Un pagaré, en donde el emisor promete pagar una cierta cantidad. (Fuente Bancomext 2005).



2.7.3 Cuenta Abierta (Open Account)

Una transacción de cuenta abierta significa que la mercancía se fabrica y se entrega antes de recibirse el pago (por ejemplo, el pago puede vencerse 14, 30, ó 60 días después de efectuado el embarque o la entrega). Esta modalidad es muy flexible y en muchos países las ventas se realizan mediante este procedimiento sólo si el fabricante ha estado negociando con el comprador durante mucho tiempo y ha establecido una buena relación además de ser segura.

Por otra parte la cuenta abierta es una opción de liquidación preferente de pago para el importador, debido a que el riesgo queda para el exportador o el vendedor. Esta modalidad no puede usarse con seguridad a no ser que el comprador sea solvente y el país de destino sea estable política y económicamente. Sin embargo, en ciertas ocasiones puede ser posible un descuento en las cuentas a cobrar con una compañía de fabricación u otra institución financiera.

2.8 DEFINICIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocios es el mapa de cualquier negocio. No sólo establece el qué, cómo, donde, cuándo y por qué de sus operaciones, su historia y sus objetivos: es la herramienta imprescindible para conseguir inversionistas y financiamiento para solventar los procedimientos internacionales en caso de no tener los recursos suficientes.



“Un plan de negocios es un documento escrito que resume la historia de la empresa, su origen, objetivos, recursos y estrategias a utilizar para alcanzarlos, así como los resultados esperados en un periodo determinado” (*Deaborn Trade Publishing, 2001*).

En otras palabras, el plan de negocios define a la corporación en sí misma, se cerciora de sus metas principales identificando los procedimientos de manera específica, así como lo que esperan obtener por lo regular en un corto y mediano plazo.

De acuerdo a lo explicado, Tim Berry (*Harcourt Brace Professional Publishing, 2000*) divide en tres categorías los propósitos básicos de todo plan de negocios:

1. **Como herramienta de comunicación e información:** muestra la viabilidad del negocio y su potencial vislumbrando su futuro.
2. **Como herramienta administrativa:** ayuda a establecer, desde un principio, los lineamientos de operación y administración de la empresa.
3. **Como herramienta de planeación:** ayuda a monitorear, vigilar y evaluar la marcha del negocio.



2.9 MODELO SUGERIDO PARA LA REALIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

Después de realizar un análisis detallado y de acuerdo a los requerimientos necesarios para la exportación de nuestro producto al mercado norteamericano, hemos decidido utilizar este modelo porque es el que más se acopla a nuestras necesidades de información. Asimismo el plan de negocios de exportación de Bancomext se orienta más a las pequeñas y medianas empresas el cual embona bien a nuestras características.

2.9.1 Resumen ejecutivo

- Û Producto
- Û Planteamiento global del proyecto
- Û Mercado meta

2.9.2 Análisis de la empresa

- Û Misión empresarial
- Û Misión
- Û Visión
- Û Objetivos
- Û Metas
- Û Fortalezas y debilidades



2.9.3 Análisis del producto

- Û Descripción del producto
- Û Envase y embalaje

2.9.4 Análisis y selección del mercado meta

- Û Descripción de la industria
- Û Participación nacional
- Û Selección del mercado meta
- Û Barreras arancelarias y no arancelarias
- Û Precio, margen y distribución
- Û Incoterms
- Û Logística
- Û Clientes potenciales
- Û Modalidades de pago y formalización legal de la compra venta
- Û Oportunidades y amenazas

2.9.5 Análisis y evaluación financiera

- Û Premisas
- Û Requerimientos de inversión
- Û Punto de equilibrio
- Û Flujo de efectivo
- Û Capacidad de producción
- Û Estados financieros
- Û Depreciación en línea recta



- Û Gastos mensuales y anuales
- Û Balance General
- Û Estados de resultados proyectados
- Û Valor presente neto y tasa interna de retorno
- Û Análisis de escenarios
- Û Periodo de recuperación de índice de rentabilidad

Fuente: **BANCOMEXT.** (2005). Guía de un Plan de Negocios para la Exportación.

México: Banco Nacional de Comercio Exterior.