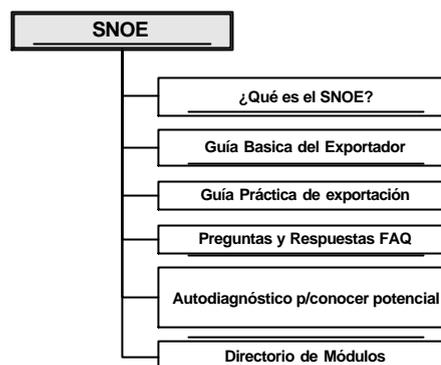


ANEXO B

Como segundo sitio a evaluar, se identificó la página:
<http://www.siem.gob.mx/siem2000/spyme/Snoe/Intranet.asp> la cual presenta el

Sistema Nacional de Orientación al Exportador, el cual representa uno de los sitios más completos para orientar a la empresa. Este sitio proporciona una evaluación de su empresa, que permite al futuro exportador reflexionar sobre las mismas y auto evaluarse a fin de corregir aquellas áreas débiles.



La página principal de la Guía para el Exportador, ofrece un menú con las siguientes opciones:

Sistema Nacional de Orientación al Exportador (SNOE)

?

[¿ Qué es el SNOE ?](#)

?

[Guía Básica del Exportador](#)

?

[Guías Prácticas de Exportación](#)

?

[Preguntas y Respuestas más Frecuentes del Proceso Exportador](#)

?

[Autodiagnóstico para Conocer su Potencial Exportador](#)

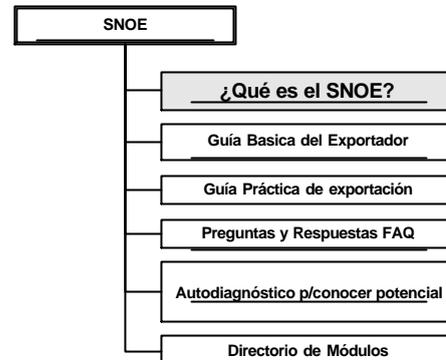
?

[Directorio de Módulos de Orientación al Exportador en la República Mexicana](#)

[Sala de Conversación SNOE](#)

¿ Qué es el Sistema Nacional de Orientación al Exportador ?

El Sistema Nacional de Orientación al Exportador (SNOE) proporciona un servicio personalizado de orientación y asesoría gratuito en materia de comercio exterior al empresario que lo desee no importando su experiencia en el proceso exportador. Asimismo, integra y ofrece información sobre los servicios que brindan las dependencias del sector público, cámaras, asociaciones, organismos empresariales e instituciones educativas.



El SNOE opera a través de una extensa red de módulos de orientación al exportador (MOE's) instalados en todo el país, con una metodología que permite al empresario adentrarse rápidamente en el proceso de la exportación.

El SNOE responde a un compromiso del gobierno federal y tiene como uno de sus objetivos centrales el fomento a la competitividad de la planta industrial a niveles internacionales, integrando a las micro, pequeñas y medianas empresas a la cadena exportadora.

¿ Qué ventajas y beneficios ofrece ?

- ? servicio personalizado y gratuito en los módulos de orientación ubicados en las Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía, Gobiernos Estatales y Municipales, Organismos Empresariales e Instituciones de Educación Superior;
- ? orientación acerca de las etapas y requisitos a seguir en el proceso de la exportación;
- ? asesoría especializada, de acuerdo a las necesidades de cada empresa;
- ? apoyo mediante la concentración en un sólo sitio de información sobre los diversos servicios y apoyos que ofrecen las Instituciones públicas y privadas en materia de comercio exterior;
- ? vinculación con otras Instituciones públicas y privadas en materia de comercio exterior, para otorgar un servicio integral y eficiente.

¿ Cómo se proporciona el servicio ?

El servicio de atención es personal y a la medida de las necesidades de cada empresa.

La red de MOE's opera con una metodología homogénea de acuerdo con los requerimientos de los empresarios, para lo cual se han determinado cuatro categorías básicas:

- ? Interesado
- ? Básico
- ? Intermedio
- ? Avanzado

Derivado de esta clasificación a cada empresario se le proporciona información específica y oportuna en cada una de las etapas del proceso exportador.

¿ Qué hacer para recibir los beneficios del SNOE ?

Para acceder a este servicio gratuito sólo tiene que llamar o acudir al Módulo de Orientación al Exportador (MOE) más cercano a su localidad, para lo cual, le recomendamos acceder al [Directorio de Módulos de Orientación al Exportador](#).

Guía Básica del Exportador

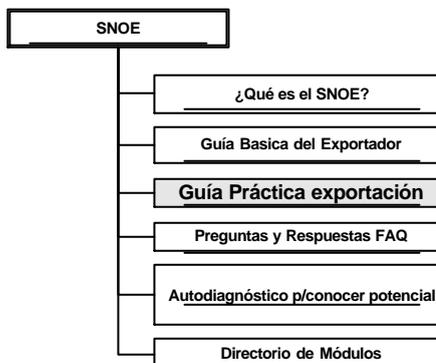
Esta liga tiene un hipervínculo hacia la página: <http://www.bancomext.gob.mx/>, sin embargo, una vez que se encuentra en la página de Bancomext, no es posible localizar donde se encuentra esta guía y por tal motivo se pierde la continuidad de la navegación. En definitiva no hay una liga explícita que nos indique que nos encontramos en la *Guía Básica del Exportador*.



Guía Práctica de Exportación

Esta liga tiene un hipervínculo hacia la página:

<http://www.spice.gob.mx/siem2000/snoedos/guias.asp> la cual presenta tres guías importantes para el exportador. Este sitio no proporciona una evaluación de su empresa, mas bien **proporciona** una serie de actividades a seguir que permite al futuro exportador reflexionar sobre las mismas y auto evaluarse a fin de corregir aquellas áreas débiles.



La página principal de la Guía para el Exportador, ofrece un menú con las siguientes opciones:

?? [Guía para la Determinación de un Producto Exportable](#)

Esta guía presenta alternativas para identificar un producto a quienes piensan exportar.

?? [Guía Práctica de Orientación al Exportador](#)

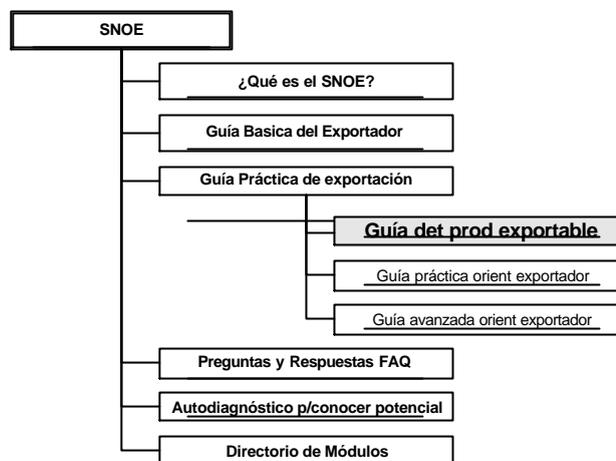
En esta guía encontrará los aspectos más importantes que debe desarrollar antes de exportar, es aplicable a aquellas empresas que cuentan con un producto susceptible a exportar pero que desconocen la forma de hacerlo.

?? [Guía Avanzada de Orientación al Exportador](#)

En esta guía encontrará una lista detallada de aspectos necesarios para asegurar la transparencia y solidez en la negociación con su comprador; la salida de la mercancía, su traslado, recepción y pago. Es aplicable a aquellas empresas que cuentan con un cliente en el exterior o que tienen una duda específica.

En cada uno de los puntos se presenta un Guía orientadora que ayudan a evaluar la situación de la empresa, y además como resultado, sugiere al usuario áreas de oportunidad en las que es necesario trabajar a fin de corregir aquellas en las que se encuentre débil o no se hayan considerado. Esto le permitirá a la empresa contar con una guía, para desarrollar un plan de trabajo a fin de ir cumpliendo con cada una de las actividades.

Como primer menú a desarrollar, tenemos la *Guía para la Determinación de un Producto Exportable*:



SISTEMA NACIONAL DE ORIENTACION AL EXPORTADOR

GUIA PARA LA DETERMINACION DE UN PRODUCTO EXPORTABLE

Para iniciar la exportación, se requiere como condición necesaria contar con un producto. En este sentido, esta Guía presenta alternativas para detectar un producto a quienes piensan comercializar, ya que quienes tienen interés en ser productores primero deberán tener la experiencia como productor y después pensar en la exportación. Una vez que haya llevado a cabo estos puntos y elegido un producto, lo invitamos a regresar al Módulo de Orientación al Exportador (MOE) para continuar apoyándolo en su interés de convertirse en un exportador exitoso. Lo más importante en esta labor es su esfuerzo y constancia para llevar a buen término sus objetivos.

I. Oferta Exportable

A. Para buscar un producto susceptible a exportar se sugieren los siguientes medios:

- a) Investigar de lo general a lo particular, es decir, qué sector y posteriormente, qué producto. Para ello puede acudir a las cámaras específicas por producto para solicitar información sobre posibilidades de exportación.
- b) Investigar cuál podría ser el producto más adecuado de acuerdo a:
 - Su experiencia o formación profesional (por ejemplo, un ingeniero en electrónica podrá comercializar *chips* de computadoras);
 - Productos de su región (por ejemplo, si es de Puebla pueden ser factibles las artesanías de Talavera; de Guanajuato, fresas; de Durango, madera; etc.);
 - Proveedores de artículos más cercanos;
 - Capital disponible para la producción y/o comercialización.
- c) Investigar estadísticas de exportación en México:

Acuda a Bancomext para consultar el Sistema General de Información comercial de México (SIC-MEX); el Catálogo de Empresas Mexicanas que importan y exportan; el Sistema de Información Comercial de México (SIC-M) y el servicio de SUMARIZA que le ofrece balanzas comerciales de México con cada país.

Para exportar, lo primero que se necesita es contar con un producto. Una vez que cuente con el producto, se deberá analizar si es la exportación la mejor opción o lo es el mercado nacional, especialmente si se va a iniciar. Posteriormente, se deberá analizar si la empresa está en posibilidades de internacionalizarse.

II. Demanda de Exportación

B. Para buscar un producto que se demanda en el exterior se sugieren los siguientes medios:

- a) Investigar sobre la demanda en el extranjero por productos mexicanos, así como las oportunidades de negocios (demandas específicas de mercados específicos).

BANCOMEXT:

- Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX)
- Oportunidades Comerciales de la Revista Negocios Internacionales
- Folleto "Nichos de Mercado"

En algunas otras publicaciones de las organizaciones privadas como:

- CANACINTRA
- JETRO
- AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE
- Algunas otras de la localidad o región

- b) Acudir a las cámaras específicas por producto para solicitar información sobre demandas en el extranjero. ANIERM cuenta con un directorio de Cámaras.

- c) Para que se introduzca en el mundo del comercio exterior, puede consultar o adquirir los siguientes fascículos de la Serie de Documentos Técnicos de BANCOMEXT:

- Comercio Internacional: Retos y oportunidades para la empresa
- Competitividad Internacional: su aplicación a la pequeña y mediana empresa
- Suplemento: Guía para la ubicación competitiva de la empresa y para formular su estrategia
- Plan de Negocios en Comercio Exterior

Es necesario conocer la demanda externa productos mexicanos para que usted pueda analizar de esa variedad cuáles son los productos que le sean factibles exportar de acuerdo a lo considerado en el punto I.

DIRECTORIO

Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT.

Periférico Sur 4333, Col. Jardines en la Montaña, 14210 México, D.F. Tel. 54-49-90-00, 54-49-90-08 y, fax 5227 94 08 Horario de servicio: de 9:00 a 15:00 hrs.

<http://www.bancomext.com.mx>

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)

Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles, México, D.F. Tel. 5563 31 64 , 5563-34-00 Fax 5598 69 88

<http://www.canacintra.org.mx> E-mail: cnit@dsi.com.mx

AMERICAN CHAMBER MEXICO

Lucerna No. 78, Col. Juárez, C.P. 06600 (Apdo. Postal 82 Bis. 06000) México, D.F., Tel.: 5724 38 00, Fax.: 703-39-08 E-MAIL: amcham.mx@amcham.com.mx

<http://www.amcham.com.mx>

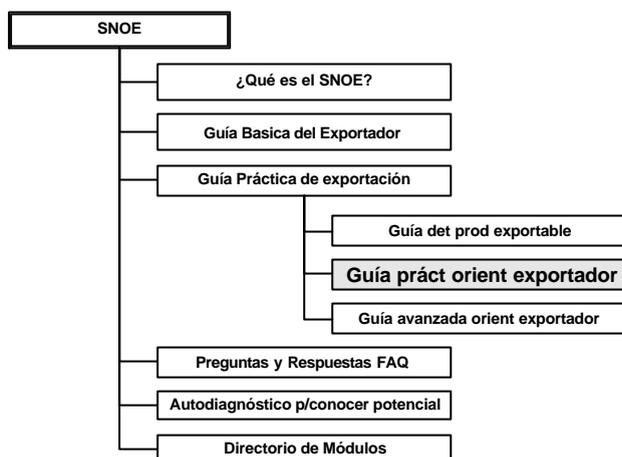
JETRO

Paseo de las Palmas 239, Col. Lomas de Chapultepec, C.P. 11000, México, D.F. Tel.: 202 79 00, 202 98 36 y 5202 79-00, 5202-98-36, 5202-71-32, Fax: 5200 80 03

<http://www.jetro.go.jp>

<http://www.jetro.org.mx> E-mail: jetromex@mail.internet.com.mx

Como **segundo menú** a desarrollar, tenemos la *Guía Práctica de Orientación al Exportador*:



**SISTEMA NACIONAL DE ORIENTACION AL EXPORTADOR
 GUIA PRACTICA DE ORIENTACION DEL EXPORTADOR**

Exportar es una alternativa de desarrollo de las empresas mexicanas para impulsar la economía del país. Para lograr el éxito en la exportación, se requiere hacer un análisis de su empresa, determinar si está lista para exportar directa o indirectamente, y si no lo está, sus alternativas. Lo más importante en esta labor es el esfuerzo del empresario para llevar a buen término sus objetivos. El Gobierno Federal y el sector privado organizado, han desarrollado diversos apoyos e instrumentos al comercio exterior. Conózcalos y utilícelos y logrará un desempeño eficiente en la actividad exportadora.

Señor empresario si usted importa insumos, maquinaria o equipo para incorporar a bienes de exportación, o bien comercializar productos que incorporan insumos, maquinaria o equipo de importación puede beneficiarse de los Programas de Fomento, solicite información.

I. Competitividad del Producto

1. Describa su producto.
2. ¿Tiene éxito su producto en el mercado nacional?
3. ¿Tiene algunas ventajas respecto a la competencia nacional e internacional sobre diseño, precio, calidad, utilidad, exclusividad que lo hagan ser determinadamente preferido por los consumidores? Analice también cuáles son las desventajas o debilidades frente al producto de la competencia.
4. ¿ Es suficientemente flexible para adecuarlo constantemente a los gustos y preferencias del mercado externo?

A.- Para hacer un estudio sobre la competitividad de su producto, se sugieren los siguientes medios:

- a) Compárelo con el de la competencia nacional, sobre cada uno de los rubros mencionados o los que crea conveniente, según las características deseables en su producto; o bien, diríjase a puntos de venta de productos de importación similares al suyo y realice la misma operación.

b) Acuda al Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT para:

- Investigar sobre gustos y preferencias de los consumidores, niveles de venta y precio; características de su producto en el mercado destino, ya sea en documentación bibliográfica o bien, solicitar se investigue en la Consejería Comercial de BANCOMEXT correspondiente en el extranjero

- Consultar o adquirir un estudio de mercado. El Módulo de Orientación le proporciona la clave de las publicaciones de BANCOMEXT. Si no se cuenta con uno exactamente sobre su producto o mercado, puede ser de utilidad alguno similar dirigido al mercado deseado o bien, a otro mercado.

B.- Consulte otras instituciones del extranjero en México: American Chamber de México, para exportaciones a Estados Unidos; JETRO para exportaciones a JAPON y TRADE POINT de CANACINTRA, red informática internacional vía internet, presente en 80 países dentro de los cuales están los principales países con los que México tiene relaciones comerciales.

C.- Consulte en las cámaras bilaterales o representaciones comerciales del extranjero en México sobre gustos, preferencias, ventas, importaciones de su producto.

D.- Acuda al Centro Promotor de Diseño-México o a una empresa de diseño, con el fin de mejorar el diseño del producto y envase.

* EL PUNTO DE PARTIDA PARA INICIAR LA EXPORTACION ES CONTAR CON UN PRODUCTO COMPETITIVO QUE SATISFAGA LAS NECESIDADES, GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL MERCADO META MEJOR QUE LA COMPETENCIA. SI HA TENIDO ACEPTACION EN EL MERCADO NACIONAL, TIENE MAYORES POSIBILIDADES DE TENER EXITO EN EL MERCADO EXTERNO. SI POR AHORA SU PRODUCTO NO DISPONE DEL GRADO DE COMPETITIVIDAD DESEADO POR EL MERCADO META, ES RECOMENDABLE DESARROLLAR EN EL LAS CARACTERISTICAS DESEABLES Y HASTA EN TONCES, INICIAR LA EXPORTACION.

Competitividad de la Empresa

Objetivo de la empresa

5. ¿Por cuál de las siguientes razones desea exportar?.

a. mercado interno saturado; b. acumulación de inventarios; c. capacidad instalada ociosa; d. ofertas de compra del exterior; e. conquista de nuevos mercados; f. mayor volumen de ventas; g. mejor cotización por el producto.

* LA EXPORTACION ES UN OBJETIVO DE MEDIANO Y LARGO PLAZO QUE IMPLICA CONVERTIR A LA EMPRESA EN UNA EMPRESA ORIENTADA A LA EXPORTACION, LO QUE SIGNIFICA ENCAUZAR SUS RECURSOS (HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS) A ESTA ACTIVIDAD..OBJETIVOS COMO LOS DEFINIDOS EN LOS INCISOS A AL D, OBEDECEN A SITUACIONES EVENTUALES, NO ASÍ LOS SEÑALADOS EN LOS INCISOS E, F Y G, QUE SIGNIFICAN OBJETIVOS CLAROS QUE ASEGURAN EN MAYOR MEDIDA EL ÉXITO EN EL PROYECTO Y UNA MAYOR PERMANENCIA EN EL MERCADO EXTERNO.

Estructura organizacional

6. ¿Está en posibilidad de desarrollar dentro de su empresa funciones de diseño, producción, promoción en el mercado meta; búsqueda de mercados y contrapartes, negociación, envase y embalaje de la mercancía, envío de la mercancía, transporte, etc.

7. ¿Está su personal capacitado sobre los distintos temas de comercio exterior para la producción, comercialización y envío de las mercancías?

8. ¿Cuenta con el apoyo y disposición de su personal para dar un giro hacia las exportaciones?

* LAS ACTIVIDADES Y FUNCIONES DE LA EMPRESA SERAN ORIENTADAS A LA EXPORTACION, POR LO QUE EL PERSONAL, AUN TRATANDOSE DE UNA MICRO O PEQUEÑA EMPRESA, DEBERA CUBRIRLAS. PARA ELLO, LA CAPACITACION ES IMPRESCINDIBLE. DE LA MISMA MANERA, ES NECESARIA PARA SABER EXIGIR UN BUEN SERVICIO RELACIONADO CON LA EXPORTACION O PARA EVITAR PROBLEMAS O GASTOS INNECESARIOS. SI LA EMPRESA DISPONE DEL PERSONAL REQUERIDO PARA CUBRIR LAS ACTIVIDADES INHERENTES A LA PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO, ES RECOMENDABLE LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR.

Recursos Financieros.

9. ¿Cuenta la empresa con los recursos financieros suficientes para iniciar y continuar en la actividad exportadora?

Considere en su análisis, los siguientes costos y gastos:

A. Producción, comercialización y envío

a. gastos administrativos; b. materia prima; c. mano de obra; d. envase y embalaje para la exportación; e. transporte; f. seguros; g. trámite aduanero; h. pago al agente aduanal

B. Prospección y promoción

a. ferias y exposiciones; b. viajes de reconocimiento; c. elaboración y envío de catálogos; d. publicidad

Defina la forma en que financiará su proyecto (recursos propios; coinversión; crédito financiero para la producción y/o exportación).

Indague sobre los servicios financieros de NAFIN y BANCOMEXT.

* SE REQUIERE DISPONER DE RECURSOS FINANCIEROS SUFICIENTES PARA LLEVAR A CABO LA EXPORTACION, DE LO CONTRARIO SE CORRE EL RIESGO DE INICIAR Y NO PODER CONTINUAR POR FALTA DE FINANCIAMIENTO. PARA TENER ACCESO A LOS CREDITOS FINANCIEROS DE LA BANCA DE FOMENTO, ES NECESARIO PRESENTAR UN PROYECTO VIABLE DE EXPORTACION Y SER SUJETO DE CREDITO.

Oferta Exportable.

10. ¿Cuál es el volumen disponible mensual o anual de su producción? (Especifique unidad de medida)

11. ¿Podrá su empresa soportar un incremento en la demanda, sin disminuir la calidad de su producto?

a) *Determine la capacidad de producción de su empresa.*

b) *Determine el grado de respuesta de la empresa ante un fuerte incremento en la demanda externa de su producto, sin disminuir la calidad.*

c) *Analice la seguridad de sus proveedores para abastecerle de manera oportuna. Solicite información sobre posibles proveedores por medio del Programa de Desarrollo de Proveedores, mismo que puede consultar en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).*

d) *Analice la posibilidad de integrarse o unir esfuerzos con empresas de su mismo ramo. En este caso, solicite información en el Módulo sobre empresas integradoras.*

e) *Si considera que es necesario mejorar la productividad en el proceso de producción de su empresa, solicite los servicios del Programa Compite de SECOFI.*

f) *Si su empresa enfrenta serios problemas de administración, finanzas, mercado u otros que obstaculizan su sano desarrollo, acuda a los Centros de Competitividad Empresarial (CRECE) de su estado, que auspicia el Gobierno Federal en colaboración con asociaciones empresariales. Su propósito es impulsar a las empresas a su desarrollo competitivo a través de un análisis de su situación global y la propuesta de alternativas y apoyos necesarios para sanearla.*

* ES NECESARIO CONOCER LA CAPACIDAD DE PRODUCCION DE SU EMPRESA Y ESTAR PREPARADO CON LA SUFICIENTE OFERTA EXPORTABLE PARA SATISFACER LA DEMANDA ACTUAL Y SOSTENER EL RITMO DE PRODUCCION REQUERIDA POR SU CLIENTE, DE LO CONTRARIO SE CORRE RIESGO DE NO PERMANECER EN EL MERCADO Y PERDER CREDIBILIDAD EN EL EXTERIOR. EN EL CASO DE EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS, ES CONVENIENTE ANALIZAR LA POSIBILIDAD DE INTEGRARSE CON EMPRESAS DE SU MISMO RAMO O DE PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS. SI NO SE ESTA EN POSIBILIDADES DE ASEGURAR LA OFERTA EXPORTABLE, SE RECOMIENDA ESPERAR HASTA ESTAR EN POSIBILIDADES DE ASEGURAR UN NIVEL DE PRODUCCION SUFICIENTE PARA ELLO.

III. Mercado

12. ¿Tiene definido el mercado (país) al que va a exportar?. ¿Cuál?

13. ¿Tiene definido el sector del mercado al que va a exportar, (por ejemplo: amas de casa de clase media; profesionistas entre 25 y 35 años de edad, de clase alta; bebés de 0 a 13 meses, etc) ¿Cuál?

A. Preseleccione países que ofrezcan las mejores oportunidades para su producto:

- a) Estadísticas de exportación de México a diferentes mercados y estadísticas de importación de posibles mercados de interés de productos mexicanos. Consultar página de BANCOMEXT en Internet.*
- b) Indague si existen preferencias arancelarias, en el marco de los tratados y acuerdos internacionales de comercio, y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Consultar SIEM en Internet.*
- c) Situación económica, política, social y geográfica.*
- d) Gustos y preferencias del mercado meta*
- e) Afinidad cultural, costumbres.*
- f) Sobre el segmento del mercado: nivel de ingresos; edades; cuántos son.*
- g) Ventas potenciales: cantidad y valor del consumo actual; tipo de consumidores; puntos de venta.*
- h) Exigencias, requisitos del país destino para su producto.*
- i) Canales de comercialización y distribución del país destino.*
- j) En los países de interés, de qué países se reciben importaciones de su producto; quiénes son sus competidores, precios, características.*
- k) Opciones de transporte y sus costos.*
- l) Una vez definido el mercado es muy conveniente realizar un viaje de observación, que permitirá analizar lo relacionado con: producto, precio, puntos de distribución, formas de comercialización y distribución y competencia.*

Fuente: Acervo Bibliográfico y Bases de Datos de BANCOMEXT; estadísticas de la ONU; DIALOG; Embajadas del Exterior en México, Representaciones Comerciales del extranjero en México, Información de Tratados Comerciales Internacionales de SECOFI. Estudios de mercado de BANCOMEXT; serie de documentos "Oportunidades de Negocios", según sector; estudios sobre diferentes países socios y las oportunidades que ofrecen para México. American Chamber of Commerce; Jetro; Trade Point.

B Aproveche los servicios de las instituciones y dependencias de los sectores público y privado: visite las páginas de SECOFI y BANCOMEXT, así como las del SIEM.

Acuda al Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT para solicitar información sobre:

- a) Publicación sobre nichos de mercado y estudios de mercado sobre el producto que desea exportar.*
- b) Calendario de Ferias Internacionales y Misiones Comerciales (solo si considera que tiene la suficiente oferta exportable y su producto es competitivo).*
- c) Posibles clientes para su producto en la revista Negocios Internacionales.*
- d) Consulte o regístrese en el Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX) con el fin de buscar una contraparte.*
- e) Informarse en las cámaras empresariales del país, representaciones comerciales del extranjero. en México, embajadas y cámaras bilaterales, estudios de mercado o intereses comerciales en el extranjero por productos mexicanos.*

14. ¿Tiene el cliente?

** PARA ASEGURAR EL ÉXITO EN LA OPERACIÓN COMERCIAL ES NECESARIA LA SELECCIÓN DE UNA BUENA CONTRAPARTE. PARA ELLO, ES NECESARIO CONTAR CON REFERENCIAS DE LOCALIZACIÓN, OPERACIÓN Y BUEN PAGO. INDAGUE SOBRE VOLUMEN DE VENTAS; CAPACIDAD FINANCIERA Y BUENA FAMA EN RELACIÓN A CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS Y PAGOS. TENGA COMO REGLA LLEVAR A CABO OPERACIONES SÓLO CON EMPRESAS SANAS. EXISTEN EMPRESAS DEDICADAS A DAR INFORMACIÓN SOBRE SOLVENCIA DE LAS EMPRESAS EN EL EXTERIOR. VER HOJA DE BANCOMEXT EN INTERNET.*

IV. Comercialización y Canales de Distribución.

15. ¿Tiene definido si su exportación debe ser de manera directa o indirecta?

Realice un análisis sobre la conveniencia de exportar directa o indirectamente o explore las posibilidades que le brinda el mercado nacional. En su análisis considere lo siguiente:

a) *Exportación directa: Implica: conocimiento del mercado destino, experiencia, recursos, personal especializado, oficina, teléfono, fax, recursos para realizar viajes, personal que hable inglés, etc.*

b) *Exportación indirecta: A través de una comercializadora de exportación. Se recomienda que acuda con una comercializadora con registro Empresa de Comercio Exterior (ECEX) el directorio se encuentra en SIEM.*

c) *Mercado Nacional: Se puede convertir en proveedor de una empresa que comercializa en el mercado nacional a través de los Programas de Desarrollo de Proveedores y Subcontratación, que se puede consultar en las páginas en Internet del SIEM o de SECOFI.*

* UNO DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LOS PRODUCTOS MEXICANOS PARA INTRODUCIRSE Y LOGRAR UN BUEN LUGAR EN EL MERCADO EXTERNO ES LA COMERCIALIZACIÓN. ESTA ACTIVIDAD EXIGE CONOCIMIENTO DEL MERCADO DESTINO, EXPERIENCIA Y RECURSOS. EN OCASIONES, LA ESTRATEGIA DE INTRODUCCION Y CONSOLIDACION PARA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ES LA EXPORTACION INDIRECTA A TRAVÉS DE COMERCIALIZADORAS, YA SEA PARA INTRODUCIRSE Y UNA VEZ APRENDIDO TODO LO REFERENTE A EXPORTACIONES, HACERLO DE MANERA DIRECTA O BIEN PARA QUE SEA LA FORMA CONSTANTE DE EXPORTACION.

16. ¿ Tiene definidos los canales de comercialización y distribución que utilizará para llegar al consumidor final (distribuidor mayorista, distribuidor minorista, cadenas de supermercados; casas importadoras, almacenes minoristas, etc.) ?

Indague sobre la legislación que rige al servicio de distribución para extranjeros en el mercado destino. En algunos países latinoamericanos la Ley protege a sus distribuidores nacionales, desprotegiendo al socio extranjero (en este caso, su empresa) contra ilícitos en el servicio de comercialización.

Indague sobre los canales de comercialización que operan en el país destino para su producto. Algunas fuentes de información: estudios de mercado de BANCOMEXT o investigación directa con el apoyo de esta institución o la American Chamber of Commerce, para el caso de exportaciones a E.U.A.

* ES NECESARIO CONOCER QUE CANALES DE COMERCIALIZACION PARTICIPAN PARA HACER LLEGAR EL PRODUCTO A SU CLIENTE META. SU SELECCION DEPENDE DEL VOLUMEN DE EXPORTACION, SUS RECURSOS Y EXPERIENCIA. LAS VENTAJAS QUE OFRECE EL INTERMEDIARISMO ES SU CONOCIMIENTO DEL MERCADO, SU COBERTURA Y EL USO DE SU INFRAESTRUCTURA DE DISTRIBUCION PARA LLEGAR AL CLIENTE FINAL. SU COSTO ES QUE USTED TIENE QUE COMPARTIR UTILIDADES POR EL USO DEL INTERMEDIARISMO. ES DE VITAL IMPORTANCIA UNA SELECCION ADECUADA PARA INGRESAR Y PERMANECER EN EL MERCADO DESTINO Y LOGRAR EL MAXIMO BENEFICIO PARA SU EMPRESA.

V. Promoción

17. ¿ Tiene definida las formas de publicidad y promoción de su producto en el mercado destino?

* CATÁLOGOS; LISTA DE PRECIOS, ENVÍO DE MUESTRAS; VISITAS PERSONALES; PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EXPOSICIONES; PUBLICIDAD A TRAVÉS DE REVISTAS ESPECIALIZADAS, INTERNET.

VI. Precio del Producto

18. ¿ Conoce la forma de cotizar el precio de un producto para la exportación, incluyendo INCOTERMS?

19. ¿ Conoce el precio de la competencia en el país destino?

Para la cotización del precio:

a) *Determine la estructura de costos de su empresa*

b) *Defina con su cliente el INCOTERM (que significa la definición del punto de entrega de la mercancía y los compromisos, responsabilidades y riesgos que esto conlleva para ambas partes, que significan los costos y gastos de exportación que deben de cubrir).*

c) *Con base al INCOTERM y a la estrategia y política de precios, determine el precio de exportación.*

d) *Analice si su empresa puede enfrentar y sostener ese precio.*

Si va a exportar por primera ocasión se le recomienda acudir con un especialista en la cotización de precios de exportación. Acuda a BANCOMEXT o a una empresa consultora.

Para conocer el precio de la competencia:

a) *Defina la estrategia y objetivo en la fijación del precio.*

b) *Infórmese sobre los precios de la competencia en el mercado externo a través de BANCOMEXT solicitando información como cliente de sus competidores.*

* EL PRECIO ES LA COTIZACION DE SU PRODUCTO, PARA ELLO DEBE CONSIDERARSE EL PRECIO BASE O DE MERCADO MAS LOS GASTOS Y COSTOS QUE ENFRENTA PARA HACER LLEGAR EL PRODUCTO AL CLIENTE. POR OTRO

LADO, EL PRECIO ES UNA ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA PARA LOGRAR LA INTRODUCCION Y POSICIONAMIENTO DE SU PRODUCTO EN EL MERCADO.

VII. Aranceles y Regulaciones No Arancelarias

20. ¿Conoce la fracción arancelaria del producto?
21. ¿Conoce el arancel (impuesto de importación) que impone el país destino?
22. ¿Sabe si goza de preferencias arancelarias?

a) Para determinar la fracción arancelaria de su producto, usted tiene las siguientes alternativas. Agente Aduanal; BANCOMEXT, Oficina de Orientación al Contribuyente en Asesoría en Comercio Exterior de la SHCP.

b) Asista a los Módulos de Orientación de Despacho Aduanero de la CAAAREM.

c) Una vez obtenida la fracción arancelaria, obtenga el arancel a pagar a través de los servicios mencionados.

Si va a exportar a un país con quien tenemos firmado un tratado comercial, visite SIEM en Internet, donde encontrará la información arancelaria o solicite vía telefónica a "Información sobre Tratados Comerciales Internacionales" de la SECOFI, información sobre preferencias arancelarias y la manera de acceder a ellas.

* LA FRACCION ARANCELARIA ES LA FORMA UNIVERSAL DE IDENTIFICAR EL PRODUCTO, CON ELLA SE IDENTIFICA EL ARANCEL (IMPUESTO) QUE DEBE PAGAR SU PRODUCTO AL INGRESAR AL EXTRANJERO, ASI COMO PARA CONOCER LAS REGULACIONES NO ARANCELARIAS QUE IMPONE MEXICO Y EL PAIS IMPORTADOR AL PRODUCTO.

LA LEY ADUANERA AUTORIZA SOLAMENTE AL AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL Y A LA SHCP PARA LA DETERMINACION DE LA FRACCION ARANCELARIA, DADO EL GRADO DE ESPECIALIZACION, COMPLEJIDAD TECNICA Y LOS RIESGOS Y RESPONSABILIDADES QUE IMPLICA UNA MALA DETERMINACION.

PARA TENER ACCESO A LAS VENTAJAS ARANCELARIAS REQUIERE CUMPLIR CON LOS REQUISITOS DE ORIGEN (CONTENIDO DE INSUMOS DE LA REGION), PACTADOS EN LOS ACUERDOS Y TRATADOS FIRMADOS POR MEXICO. AL EXPORTAR, DEBE ANEXARSE A LA MERCANCIA EL CERTIFICADO DE ORIGEN, DOCUMENTO QUE VALIDA EL ORIGEN DE LAS MERCANCIAS.

23. ¿Sabe si existen requisitos para su producto en materia de salud, seguridad, protección ambiental o normas de calidad y etiquetado en el país al que desea exportar?.

Con la fracción arancelaria de su producto, puede obtener esta información con:

- a) Su cliente
b) BANCOMEXT
c. Su Agente Aduanal
d) American Chamber of Commerce (EUA), TRADE POINT. JETRO (Japón)
e) Cámaras Bilaterales de Comercio

* CADA PAÍS IMPONE REQUISITOS VARIOS DE ENTRADA A SU MERCADO CON EL FIN DE PROTEGER LA SALUD, MEDIO AMBIENTE, CUMPLIR CON LAS NORMAS DE CALIDAD MÍNIMAS ACEPTADAS POR EL CONSUMIDOR, ETC. DE LOS CUALES ES NECESARIO TENER CONOCIMIENTO ANTES DE ENVIAR LA MERCANCÍA, DE LO CONTRARIO SE IMPEDIRÁ LA ENTRADA DEL PRODUCTO A ESE PAÍS. SU CUMPLIMIENTO IMPLICA LA OBTENCIÓN DE PERMISOS, CERTIFICADOS Y OTROS, DE PARTE DE LAS DEPENDENCIAS RELACIONADAS CON LA MATERIA.

VIII. Envase y Embalaje

24. ¿Cuenta el producto con envase y embalaje listo para la exportación (que proteja al producto durante el transporte; que cumpla con las reglas de etiquetado y regulaciones no arancelarias del país de destino y con las funciones de promoción e información sobre el producto)?

Si no, acudir a:

- a) Centro Promotor del Diseño-México.
b) Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT.
c) Asociación Mexicana del Envase y Embalaje

* EL ENVASE Y EL EMBALAJE TIENEN DIVERSAS FUNCIONES: PROTECCION DEL PRODUCTO, PROMOCION, INFORMACION SOBRE EL PRODUCTOR Y EL PRODUCTO. LOS DOS ULTIMOS RUBROS SE CUMPLEN EN EL ETIQUETADO. ES NECESARIO INDAGAR LAS REGULACIONES DEL PAIS IMPORTADOR (ECOLOGICAS, AMBIENTALES, ETC.).

IX. Transporte

25. ¿Tiene definido el medio de transporte (que conserve y proteja su producto, que le dé ventajas sobre costos, tiempos de transportación, seguridad, frecuencia de salidas)?

Realizar un análisis sobre los medios de transporte a utilizar, considerando costos, seguridad en la entrega, volumen y peso de la mercancía, para ello, puede consultar a:

- a) Agentes de carga
- b) Cámaras y asociaciones de transporte (CANACAR, TMM, AMANAC, FNM, etc.).
- c). Agente Aduanal

* EL TRANSPORTE DEBE CUBRIR LOS OBJETIVOS DE ENTREGA OPORTUNA Y SEGURA. DEBE CUIDARSE QUE SU COSTO NO LE RESTE COMPETITIVIDAD AL PRECIO DEL PRODUCTO.

DIRECTORIO

Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX). SECOFI.

Insurgentes Sur 1940, 10o. piso. Col. Florida. México, D.F. Tel: 5229 61 00 Exts. 3805, 3865 y 3866, fax 5229 61 09 y 10.

<http://www.secofi-siem.gob.mx>

Información de Tratados Comerciales Internacionales SECOFI

Tel: 5729 91 00 exts 6990 a la 97. desde el D.F., marque: 52 11 08 72, desde el interior del país marque : 01 800 90 415

<http://www.secofi-ssnci.gob.mx>

Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de SECOFI

Tel: 5229 61 00 exts ventanillas con servicio hasta las 14:00 hrs., 3299 Información, 4999 Permisos de Importación y Exportación, 3395 Programas de Fomento, 3345 Avisos automatizados de Importación, 3346 Drawback e Industria Maquiladora, 3567 cupos TLC, OMC, ALADI y Certificados de Origen. Fax 5229 65 29 y 30.

<http://secofi-dgsce.gob.mx>

rruiz@secofi.gob.mx

Dirección General de Normas SECOFI

Pte. Tecamachalco No. 6 Col. Lomas de Tecamachalco Edo. de México. Tel.: 5729 93 00 ext. 4134 y 4157

<http://www.secofi.gob.mx/normas/dgn1.shtml>

cidgn@secofi.gob.mx

Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT.

Periférico Sur 4333, Col. Jardines en la Montaña, 14210 México, D.F. Tel. 5449 90 00, 5449 90 08, y 01800 90 360, fax 5227 94 08. Horario de servicio: de 9:00 a 15:00 hrs.

<http://www.bancomext.gob.mx>

Oficina de Orientación al Contribuyente, en Asesoría en Comercio Exterior de la SHCP (Módulo 5).

Hidalgo No. 77 Col. Guerrero México, D.F., Tel. 5227 02 97, desde el interior del país marque 01800 90 450.

<http://www.shcp.gob.mx>

E-MAIL: webmaster@shcp.gob.mx

Centro Promotor de Diseño-México

Insurgentes Sur 1855, piso 10. México, D.F. Tel.5662 97 90 Fax 5662 41 69
E-MAIL:centrodiseno@mexis.com

Asociación Mexicana de Agentes Navieros, A.C. (AMANAC)

Insurgentes Sur 421 Edif. A Desp. 601 y 602, Col. Hipódromo Condesa, Tel. 5574 78 55 y 33 Fax 5574 79 22, e-mail: amanac@dsi.com.mx

Asociación Mexicana de Agentes de Carga (AMAC)

Aduana del Aeropuerto Internacional de la Cd. de México, acceso principal, local 3 zona federal, C.P. 15620
Tel. 5785 21 64, 26 63 y 21 11 Fax. 5785 23 45
<http://ourworld.compuserve.com/homepages/amacarga>
E-MAIL:74054.2620@compuserve.com.

Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM)

Hamburgo 225 Col Juárez, México, D.F. Tel. 5533 00 75 al 77 Fax 5525 80 70
<http://www.caaarem.org.mx>

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)

Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles, México, D.F. Tel. 5563 31 64, 5563 34 00 Fax 598 69 88
<http://www.canacintra.org.mx>
E-MAIL:cnit@dsi.com.mx

EUROCENTRO

Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles, México, D.F. Tel. 5563 78 83, 5598 89 80, 5563 34 00 ext. 399, 324 y 329, <http://www.eurocentro.org.mx/canacintra>
E-MAIL:canacintra@eurocentro.org.mx

TRADE POINT

Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles, México, D.F. Tel. 5611 21 51 y 5563 34 00
<http://200.23.74.10>
E-MAIL:canaci1@ibm.net

AMERICAN CHAMBER MEXICO

Lucerna No. 78, Col. Juárez, C.P. 06600 (Apdo. Postal 82 Bis. 06000) México, D.F., Tel.: 5724 38 00, Fax.: 5703-39-08
<http://www.amcham.com.mx>
E-MAIL: amchammx@amcham.com.mx

JETRO

Paseo de las Palmas 239, Col. Lomas de Chapultepec, C.P. 11000, México, D.F. Tel.: 5202 79 00, 5202 98 36 y 5202 71 32, Fax: 5200 80 03
<http://www.jetro.go.jp>
<http://www.jetro.org.mx>
jetromex@mail.internet.com.mx

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)

Periférico Sur 3106, Col. Jardines del Pedregal, Deleg. Alvaro Obregón, México, D.F. Tel.: 5624 04 00, 5652 71 59 ext. 4720, 4721 y 4724
www.impi.gob.mx

Secretaría de Salud (SS)

Dirección General de Calidad Sanitaria de Bienes y Servicios, Unidad de Orientación al Público, Donceles 39, Col. Centro, 06010 México, D.F., Tel.: 5510 10 05 y 75
<http://www.ssa.gob.mx>
e-mail:dgcsbysmex@iserve.net.mx

Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)

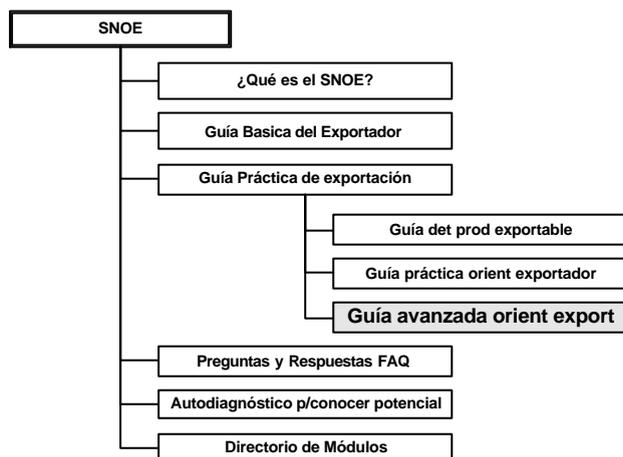
Ventanilla de atención al público, Guillermo Pérez Valenzuela 127, P.B., Col. del Carmen, Deleg. Coyoacán, C.P. 04100, México, D.F. Tel.: 5554 05 19, 03 41, ext. 164.
<http://www.sagar.gob.mx>

OTROS:

También podrá consultar los siguientes documentos en donde encontrará más información sobre direcciones y teléfonos de organismos de apoyo :

1. Directorio de Exportadores de BANCOMEXT (DIEX) - Sección sobre Organizaciones de Apoyo al comercio exterior
<http://www.exports-mexico.com.mx>
2. Guía del Exportador de BANCOMEXT

Como **tercer menú** a desarrollar, tenemos la *Guía Avanzada de Orientación al Exportador*.



**SISTEMA NACIONAL DE ORIENTACIÓN AL EXPORTADOR
GUÍA AVANZADA DE ORIENTACION AL EXPORTADOR**

A usted, Sr.(a). empresario(a) que se encuentra en la etapa previa a la exportación, le presentamos una lista detallada de aspectos necesarios para asegurar la transparencia y solidez en la negociación con su comprador; la salida de la mercancía, su traslado, recepción y pago de manera exitosa y eficiente. Si alguno de los puntos que se citan a continuación no los ha cubierto o tiene dudas, remítase a la Guía Práctica de Orientación al Exportador.

Señor empresario si usted importa insumos, maquinaria o equipo para incorporar a bienes de exportación, o bien comercializar productos que incorporan insumos, maquinaria o equipo de importación puede beneficiarse de los Programas de Fomento, solicite información.

I. CONTRATOS Y SOLUCION DE CONTROVERSIAS

Para asegurar y evitar riesgos en una operación comercial, es imprescindible que realice un contrato de compraventa internacional por escrito. Este contrato debe contemplar como cláusulas más importantes:

- a) Objeto:** es importante especificar las características del producto (medidas, materiales, peso, calidad, etc.)
- b) Formas de pago:** de acuerdo a la modalidad que escogió, se deberá de señalar una cláusula sobre el particular.
- c) Envase y embalaje:** se debe de convenir y especificar el tipo de envase y embalaje seleccionado para proteger el producto.
- d) Entrega de la mercancía:** se incluye la fecha de entrega y el punto específico de entrega negociado; aspecto que dependerá del tipo de INCOTERM que utilice.
- e) Patentes y marcas:** para evitar los plagios de marcas, patentes y diseños, es preciso incluir una cláusula en la que la contraparte extranjera se obligue a registrar ante sus autoridades y a nombre de la empresa mexicana la marca, el diseño o la patente industrial del producto.
- f) Impuestos:** existen en algunos países de destino, impuestos internos (por producto, por región, etc.). Es necesario contar con esa información y especificarla de manera concreta, para evitar el pago de un costo no contemplado. La responsabilidad del pago depende del INCOTERM elegido.
- g) Cesión de derechos y obligaciones:** no se debe de aceptar la cesión de derechos a un tercero mientras no se firme un contrato donde se estipule cuáles son sus obligaciones. Si no se toma esta precaución, jurídicamente no se puede obligar a ese tercero a cumplir con sus compromisos.
- h) Cláusula compromisoria:** para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas del contrato, así como para solucionar cualquier controversia, es conveniente que las partes convengan en someterse a la conciliación y el arbitraje comercial internacional.

La Comisión para la Protección del Comercio Exterior (COMPROMEX) es el organismo de arbitraje que puede intervenir como conciliador y árbitro de comercio internacional en controversias entre empresas mexicanas y extranjeras; además, ofrece asesoría jurídica en la elaboración de contratos y consulta vía fax para preguntas específicas. COMPROMEX, Periférico Sur 4333 Col. Jardines en la Montaña, teléfono 54-49-9015, fax 5449-9082.

II. FORMAS DE PAGO

Es necesario que se especifique la forma de pago durante las negociaciones con el cliente.

Modalidades:

1. Cartas de crédito:* promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Existen diferentes modalidades: **revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, a plazo, revolvente y transferible.**

Es la forma de pago más segura y recomendable para el nuevo exportador. Si el pago de sus exportaciones es mediante carta de crédito y no conoce al cliente, exija que la carta de crédito documentaria sea *irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.* Para mayores informes sobre cartas de crédito, recurra a las bancas comerciales que prestan este servicio y a BANCOMEXT, Periférico Sur 4333, Col. Jardines en la Montaña, teléfono 5449-9000.

2. Cuenta abierta: el exportador le envía los documentos de embarque directamente al importador. Al tenerlos en su poder, le transfiere el pago correspondiente al exportador, pudiendo utilizar una **orden de pago, giro bancario o cheque personal.**

Esta forma de pago es sólo recomendable cuando se conoce al cliente y se tiene completa seguridad del pago.

3. Cobranza bancaria internacional: orden que un vendedor gira a su banco para cobrar al comprador una determinada suma contra la entrega de documentos enviados.

Esta forma de pago implica mucho menos costo que la carta de crédito, sin embargo, el banco del comprador no se hace responsable del pago, salvo que reciba la firma del comprador internacional.

III. AGENTE ADUANAL Y PEDIMENTO DE EXPORTACION

El agente aduanal es un profesional del comercio exterior, que mediante una patente otorgada por la SHCP, está legitimado para actuar a nombre del exportador ante la aduana para realizar el despacho aduanero (art. 40 de la Ley Aduanera). Generalmente, aplica como tarifa de honorarios el 0.18% del valor de la exportación, por la prestación del servicio.

El agente aduanal aparte del despacho aduanero, pedimento de exportación, así como también la clasificación de la mercancía, puede ofrecer los servicios de logística internacional, distribución, trámites ante diferentes dependencias, almacenaje y asesoría en materia aduanera.

Los gastos que se consideran durante el despacho aduanero de exportación son:

- Derecho de Trámite Aduanero (DTA), cuota fija de \$99, y cambia constantemente.
- Honorarios del agente aduanal
- Servicios de asesoría en comercio exterior del agente aduanal (opcional)
- Manejo de la mercancía
- Almacenaje (opcional)

Es importante asegurarse de que su agente aduanal cuente con la patente correspondiente y goce de buena reputación para que realice el despacho aduanero de manera eficiente.
Para cualquier duda sobre despacho aduanero dirijase a los Módulos de Orientación de la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM). Teléfonos 55-33-0075 .

IV. FACTURACION

La factura es un documento necesario en cualquier transacción comercial, debe ser detallada y bien redactada. De acuerdo al art. 36 fracción II inciso a de la Ley Aduanera, quienes exporten están obligados a presentar en la Aduana: factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías (factura pro-forma, carta-factura).*

La factura a nivel internacional deberá incluir lo siguiente:

- ?? Aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país de destino
- ?? Nombre y dirección del vendedor o del embarcador
- ?? Nombre y dirección del comprador o consignatario
- ?? Descripción detallada de la mercancía, incluyendo el nombre con el que se conoce la mercancía, el grado o la calidad, la marca, los números y símbolos que utiliza el fabricante, relacionando cada renglón con los bultos o la lista de empaque; no debe contener descripciones numéricas ambiguas o confusas
- ?? Cantidades, peso y medidas del embarque
- ?? Precio de cada mercancía enviada especificando el tipo de moneda, señalando su equivalente en moneda nacional (sin incluir IVA)
- ?? Tipo de divisa utilizada
- ?? Condiciones de venta (Incoterm elegido: FOB, CIF, DAF, etc.)

*Cerciórese de que la factura indique la información legalmente exigida en México (véase art. 29-A del Código Fiscal de la Federación).

Es importante señalar que las exportaciones están gravadas a tasa 0% de IVA, según el art. 29 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

La factura puede ser en pesos o en la moneda del país de que se trate (art. 20 del Código Fiscal de la Federación). Asimismo, es obligatorio registrar para efectos contables el monto de esa factura al tipo de cambio del día en que se llevó a cabo la operación.

- ?? Para los sectores agrícola, ganadero, silvícola y artesanal existe la autofacturación, consiste en que las personas que adquieran estos productos podrán autofacturar las Lugar y fecha de expedición. Si la factura se compone de 2 o más hojas, éstas deben numerarse consecutivamente (por ejemplo: 1/5, 2/5, 3/5, etc.)

compras que realicen, siempre que cumplan lo establecido en el D.O.F. del 14 de marzo de 1997; investigue en la SHCP sobre el tema y obtenga este beneficio. **

**Para mayores informes acuda a la Administración de Prevención y Resolución de Problemas (Módulo 5) de la SHCP. Reforma 37 Col. Guerrero, tel. 5227-0297.

V. SEGUROS

El comercio internacional implica la movilización de mercancías de un país a otro por diversos medios de transporte; por lo tanto, esto implica un nivel de riesgo sobre la integridad de los bienes exportados, ya que son susceptibles de malos manejos y accidentes, por tal motivo, los seguros protegen al exportador de la carga económica que representaría la pérdida total o parcial de los bienes.

Seguro de crédito

Cuando el exportador no esta seguro sobre la capacidad de liquidez del cliente, o existe inestabilidad económica en el país al que se desea exportar, existen seguros contra el riesgo de crédito, de tal forma que si el cliente no paga o existen problemas políticos en el país importador y afecta el pago, la compañía aseguradora pagará el monto de la exportación.

Para ampliar la información recurra a la Compañía Mexicana de Seguros de Crédito, S.A. (COMESSEC).

Seguro de transporte

Asegura la mercancía a exportar para resarcir al asegurado por las pérdidas o los daños materiales que sufran los bienes cuando sean transportados, ya sea por un solo medio o la combinación de éstos (transporte multimodal).

Seguro de la mercancía

A solicitud expresa del cliente, la cobertura puede ampliarse a riesgos adicionales (robo, contacto con otras cargas, manchas, derrame, rotura, oxidación, etc.).

Seguro de responsabilidad civil

Existe otro tipo de seguro que está dirigido hacia la protección de la empresa, en caso de que el producto exportado ocasione daños a terceros.

El empresario puede protegerse contra daños o lesiones a terceros derivados del incumplimiento de la colocación de advertencias o instituciones sobre el producto.

VI. DOCUMENTOS BA SICOS EN EL PROCESO DE EXPORTACION

Si llegase a faltar alguno de los siguientes documentos, corre el riesgo de que la mercancía no pueda salir de México o se le niegue la entrada al país de destino. A continuación se enlistan los principales documentos para realizar la exportación:

1. Factura comercial. (Ver punto IV)

2. Certificado de origen: Es el documento que avala que el producto es originario de México, indica el grado de integración regional de las mercancías (es decir si cumple con las reglas de origen establecidas por los acuerdos).

Si el producto cuenta con preferencias arancelarias por parte de los países con los que México ha firmado tratados o acuerdos comerciales, es requisito indispensable presentar el certificado de origen para poder gozar de dichas preferencias arancelarias.

Países con los que México tiene Tratados de Libre Comercio: EUA y Canadá, Bolivia, Costa Rica, Chile, Colombia y Venezuela., preferencias arancelarias con la Unión Europea y países miembros del SGP, así como con la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Para el resto de los países, en caso de que el cliente lo requiera- se otorga un Certificado de Artículos Mexicanos. Este certificado es expedido por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) a excepción de EUA , Canadá y Costa Rica los cuales no requieren la validación de SECOFI.

Los trámites de registro o expedición de los certificados son gratuitos y pueden ser realizados en las ventanillas de atención al público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de la SECOFI, o en las Delegaciones o Subdelegaciones Federales.

3. Se deberá anexar los documentos que amparen el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias del país de destino:

a) Certificado fitosanitario. Para la exportación de bebidas, alimentos preparados, elaborados o enlatados, medicamentos, productos derivados de la sangre humana, se requiere tramitar una autorización, certificado u oficio de la Secretaría de salud.

b) Certificado sanitario. Para la exportación de productos forestales, de origen vegetal, productos y subproductos de origen animal, es necesario solicitar a la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR), el certificado o autorización correspondiente.

c) Permiso de exportación de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial SECOFI, el trámite se efectúa únicamente cuando el producto este sujeto a permiso previo (ejem. oro en bruto, monedas de acuñación) D.O.F. del 29 de agosto 1997.

d) La Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente establece que los productos de especies en peligro de extinción, materiales o residuos peligrosos están sujetos a la presentación del **certificado de exportación** emitido por el Instituto Nacional de Ecología, cuando se destinen a los regímenes aduaneros de exportación definitiva o temporal D.O.F. 27 octubre 1997.

4. Trámites Aduanales: Quiénes exporten mercancías están obligados a presentar ante la Aduana un **Pedimento de Exportación**, es el documento que avala la legal salida de la mercancía del territorio nacional, deberá presentarse en la forma oficial aprobada por la SHCP, que contendrá los datos referentes sobre las cantidades, valor, destino, etc. de la mercancía.

Este documento debe ser elaborado por el Agente Aduanal (art. 40 Ley Aduanera) y será responsable de la veracidad y exactitud de los datos e información suministrados, de la determinación del régimen aduanero de la mercancía y de las contribuciones causadas, así como del cumplimiento de las regulaciones no arancelarias.

5. Carta de encomienda: documento en el que bajo protesta de decir verdad, girará las instrucciones al agente aduanal para realizar el despacho aduanero en forma clara y precisa (manejo y consignación de la mercancía, etc.).

6. Documentos de transporte: **guía aérea** (transporte aéreo), **conocimiento de embarque** (marítimo), **carta de porte** (autotransporte) o **talón de embarque** (ferrocarril); representan el contrato entre el propietario de la mercancía y el transportista; se señala el lugar de entrega del producto de acuerdo al INCOTERM elegido con el cliente. (Estos documentos deben coincidir con la factura, lista de empaque, etc.). Deberá anexar los documentos que amparen el **cumplimiento de las regulaciones no arancelarias del país de destino:**

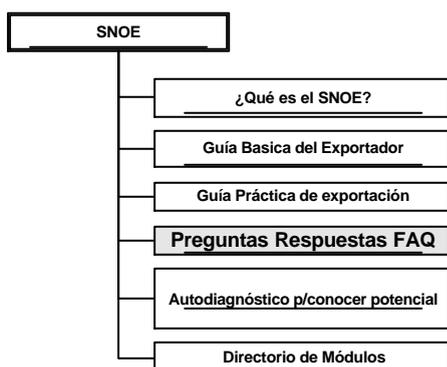
a) Lista de empaque: detalla el acomodo y distribución de los bienes contenidos en un embarque, numerado desde la primera hasta la última caja, paquete o contenedor. Especifica volumen, peso, número de piezas, piezas por paquete, etc.

7. Póliza o certificado de seguro de transporte y mercancía. (Ver punto V).

Todos los documentos deberán ser entregados al agente aduanal.

Estos son los documentos básicos en la exportación, sin embargo es recomendable indagar si el productor requiere cumplir con alguna otra regulación específica (ejm. para el Tequila se requiere tramitar el **Certificado del Consejo Regulador del Tequila** que se exige en la aduana de salida).

Es recomendable cumplir con la normatividad que imponga a su producto el país de destino (ejm. normas de etiquetado, envase y embalaje, certificados, visados etc.) para que no tenga ningún problema en la aduana del país de destino.



Preguntas y Respuestas más Frecuentes

En este sitio usted encontrará una guía de comercio exterior, en un formato pregunta-respuesta, que resuelve los cuestionamientos más frecuentes que se formula todo exportador.

Este mecanismo, de fácil acceso para el usuario, da respuesta a las principales interrogantes que surgen del quehacer exportador y proporciona los elementos necesarios para que las empresas conozcan y se

preparen adecuadamente en diversos campos: demanda de sus productos en el extranjero; trámites para exportar; adaptación de sus productos a los diversos mercados; clasificación de mercancías en el sistema armonizado; créditos a la exportación, etc. Asimismo, incluye las principales fuentes de información que apoyan cada tema.

Para iniciar su visita, ubique el puntero del ratón en el tema de su interés y oprima el botón izquierdo del ratón.

Adelante Sr. empresario, estamos atentos a su consulta.

[La Decisión de Exportar](#)
[Investigación de Mercado](#)
[Documentación y Trámites](#)
[Régimen Arancelario](#)
[Regulaciones no Arancelarias](#)
[Adecuación del Producto](#)
[Acceso al Mercado](#)
Transporte
[Financiamiento, Seguros, Garantías y Formas de Pago](#)
[Aspectos Legales y Contratos](#)

Las ligas anteriores tienen hipervínculos al sitio Internet http://mexico.businessline.gob.mx/variados/clave/clave_1.html, sin embargo, al momento de la investigación y hasta la fecha de impresión de este proyecto de investigación, dicho sitio no estaba trabajando, por lo que no existe continuidad hasta este punto.

¿DESEA SER EXPORTADOR? CONOZCA SU POTENCIAL EXPORTADOR

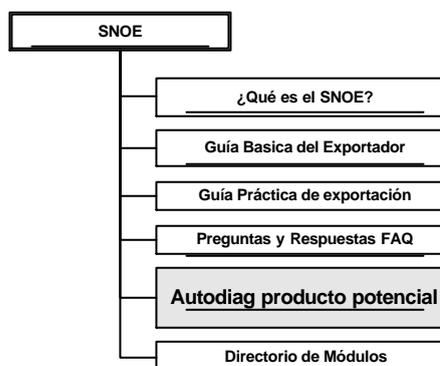
AUTO EVALUACION PARA EXPORTAR

Exportar es una alternativa de desarrollo de las empresas mexicanas para impulsar la economía del país. Para lograr el éxito en la exportación, se requiere hacer un análisis de su empresa, determinar se está lista para exportar directa o indirectamente, y si no lo está, sus alternativas. Lo más importante en esta labor es el esfuerzo de sus empresas para llevar a buen término sus objetivos.

Si usted no dispone de un producto para la exportación, remítase a la [Guía para la Determinación de un Producto Exportable](#).

Estimado (a) empresario (a):

A continuación se presenta un cuestionario de evaluación que le será de utilidad para determinar el potencial exportador de su empresa. Con base en sus respuestas usted contará con una evaluación y un breve diagnóstico. Posteriormente encontrará una guía para desarrollar las actividades que llevarán a su empresa a convertirse en exportadora. Para ampliar el servicio



de orientación acuda al Módulo de Orientación al Exportador más cercano a su localidad, ubicado en las Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.

Guía para la Determinación de un Producto Exportable

I. Oferta Exportable

A. Para buscar un producto susceptible a exportar se sugieren los siguientes medios:

a) Investigar de lo general a lo particular, es decir, qué sector y posteriormente, qué producto. Para ello puede acudir a las cámaras específicas por producto para solicitar información sobre posibilidades de exportación.

b) Investigar cuál podría ser el producto más adecuado de acuerdo a:

- ?? Su experiencia o formación profesional (por ejemplo, un ingeniero en electrónica podrá comercializar *chips* de computadoras);
- ?? Productos de su región (por ejemplo, si es de Puebla pueden ser factibles las artesanías de Talavera; de Guanajuato, fresas; de Durango, madera; etc.);
- ?? Proveedores de artículos más cercanos;
- ?? Capital disponible para la producción y/o comercialización.

C. Investigar estadísticas de exportación en México:

Acuda a Bancomext para consultar el Sistema General de Información comercial de México (SIC-MEX); el Catálogo de Empresas Mexicanas que importan y exportan; el Sistema de Información Comercial de México (SIC-M) y el servicio de SUMARIZA que le ofrece balanzas comerciales de México con cada país.

Para exportar, lo primero que se necesita es contar con un producto. Una vez que cuente con el producto, se deberá analizar si es la exportación la mejor opción o lo es el mercado nacional, especialmente si se va a iniciar. Posteriormente, se deberá analizar si la empresa está en posibilidades de internacionalizarse.

II. Demanda de Exportación

B. Para buscar un producto que se demanda en el exterior se sugieren los siguientes medios:

Investigar sobre la demanda en el extranjero por productos mexicanos, así como las oportunidades de negocios (demandas específicas de mercados específicos).

BANCOMEXT:



?? Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX)

?? Oportunidades Comerciales de la Revista Negocios Internacionales

?? Folleto "Nichos de Mercado"

En algunas otras publicaciones de las organizaciones privadas como:

?? CANACINTRA

?? JETRO

?? AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

?? Algunas otras de la localidad o región

Acudir a las cámaras específicas por producto para solicitar información sobre demandas en el extranjero. ANIERM cuenta con un directorio de Cámaras.

C. Para que se introduzca en el mundo del comercio exterior, puede consultar o adquirir los siguientes fascículos de la Serie de Documentos Técnicos de BANCOMEXT:

?? Comercio Internacional: Retos y oportunidades para la empresa

?? Competitividad Internacional: su aplicación a la pequeña y mediana empresa

?? Suplemento: Guía para la ubicación competitiva de la empresa y para formular su estrategia

?? Plan de Negocios en Comercio Exterior

Es necesario conocer la demanda externa productos mexicanos para que usted pueda analizar de esa variedad cuáles son los productos que le sean factibles exportar de acuerdo a lo considerado en el punto I.

DIRECTORIO

Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT.

Periférico Sur 4333, Col. Jardines en la Montaña, 14210 México, D.F. Tel. 227 90 08, 227 90 09 y 91800 90 360, fax 227 94 08. Horario de servicio: de 9:00 a 15:00 hrs.

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)

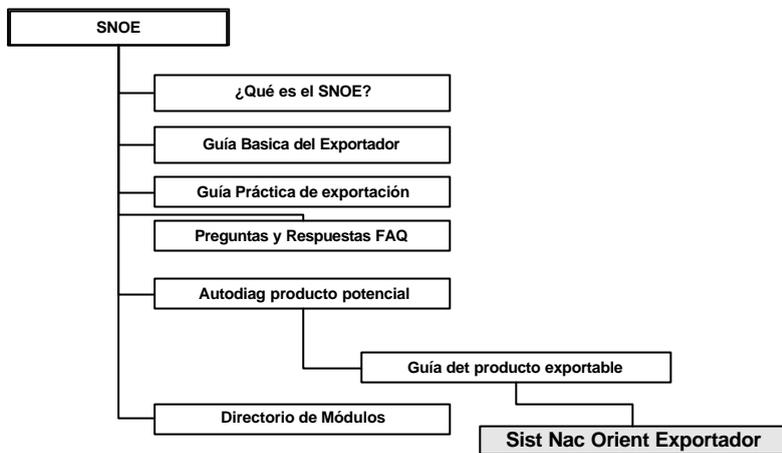
Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles, México, D.F. Tel. 563 34 00 Fax 598 69 88

AMERICAN CHAMBER MEXICO

Lucerna No. 78, Col. Juárez, C.P. 06600 (Apdo. Postal 82 Bis. 06000) México, D.F., Tel.: 724 38 00, Fax.: 703-39-08 E-MAIL: amcham.mx@amcham.com.mx

JETRO

Paseo de las Palmas 239, Col. Lomas de Chapultepec, C.P. 11000, México, D.F. Tel.: 202 79 00, 202 98 36 y 202 71 32, Fax: 200 80 03



Sistema Nacional de Orientación al Exportador

I. Competitividad del Producto

1.

¿Tiene éxito su producto en el mercado nacional? (¿tiene un alto nivel de ventas, demanda continua, etc.?)

Si

No

2.

¿Tiene ventajas respecto a la competencia nacional e internacional sobre diseño, precio, calidad, utilidad, exclusividad, etc., que lo hagan ser determinadamente preferido por los consumidores?

Si

No

3.

¿Es el producto suficientemente flexible para modificarlo constantemente según los cambios en los gustos y preferencias del mercado meta?; ¿es posible a su empresa llevar a cabo esos cambios?.

Si

No

II. Competitividad de la Empresa

4.
¿Desea exportar por cualquiera de las siguientes razones?

a. a. Contracción del mercado interno; b. mercado interno saturado; c. sobrantes temporales de productos; d. capacidad ociosa; e. ofertas de compra del exterior;

Si

No

b. f. Deseo de conquistar nuevos mercados; g. expansión de mercado; h. búsqueda de mejor precio por el producto; i. ser más competitivos.

Si

No

5.
¿Puede actualmente la empresa llevar a cabo o dirigirla en el corto plazo. al desempeño de las funciones de diseño, producción, promoción en el mercado meta; búsqueda de mercados y contrapartes, negociación, envase y embalaje de la mercancía, envío de la mercancía, transporte, etc.?

Si

No

6.
¿Está el personal de la empresa enterado del objetivo de exportación y es partícipe de él?

Si

No

7.

¿Esta el personal de la empresa capacitado sobre los distintos temas de comercio exterior para desarrollar las funciones de producción, prospección de mercados y búsqueda de contrapartes, comercialización y envío de las mercancías?

Si

No

8.

¿Cuenta la empresa con el capital suficiente para iniciar la actividad exportadora directa, (costos y gastos de prospección, promoción, producción y comercialización), o tiene resuelta la forma en que financiará los gastos (financiamiento externo, coinversión, ahorros, etc.?)

Si

No

9.

¿Conoce el volumen disponible mensual o anual de su producción?

Si

No

10.

¿Tendrá su empresa la capacidad de producción que soporte incrementos en la demanda por su producto?

Si

No

11.

¿Garantiza mantener la calidad en su producto, en caso de requerir incrementar considerablemente su producción destinada a la exportación?

Si

No

III. Mercado

12.

¿Tiene definido el mercado (país) al que va a exportar?

Si

No

13.

¿Tiene definido el sector del mercado al que va a exportar? (tipo de consumidor, por ejemplo: amas de casa, de clase media; profesionistas entre 25 y 35 años de edad, de clase alta; bebés de 0 a 12 meses)

Si

No

14.

¿Ya tiene contactado un cliente en el mercado destino? (ya cuenta con una demanda específica para su producto?)

Si

No

15.

¿Tiene referencias sobre su cliente (seguridad de buen pago, situación financiera, localización)?

Si

No

IV. Comercialización y Canales de Distribución en el mercado meta

16.

¿Cuenta su empresa con medios promocionales y de publicidad para su producto? (catálogos, folletería, participación en directorios internacionales y/o especializados, publicidad en internet, participación en eventos internacionales, etc.)?

Si

No

17.

¿ Conoce los canales de distribución del mercado destino adecuados para su producto? (distribuidor mayorista, distribuidor detallista, representante en el exterior, etc.)

Si

No

V. Precio del Producto

18.

¿ Conoce la forma de cotizar el precio de un producto para la exportación, incluyendo los INCOTERMS? (EXW, CFR, CIF, FOB, entre otros)

Si

No

19.

¿Conoce el precio de la competencia en el país destino?

Si

No

VI. Aranceles y Regulaciones No Arancelarias

20.

¿Conoce la fracción arancelaria del producto?

Si

No

21.

¿Conoce el arancel (impuesto de importación) que impone el país al que desea exportar?

Si

No

22.

¿Sabe si goza de preferencias arancelarias en el país que desea exportar?

Si

No

23.

¿Conoce los requisitos para su producto en materia de salud, seguridad, protección ambiental o normas de calidad y etiquetado en el país al que desea exportar?

Si

No

VII. Envase y Embalaje

24.

¿Cuenta el producto con envase y embalaje listo para la exportación (que proteja al producto durante el transporte; que cumpla con las reglas de etiquetado del país de destino y con las

funciones de promoción e información sobre el producto)?

Si

No

VIII. Transporte

25.

¿Tiene definido el medio de transporte (que conserve y proteja su producto, que le de ventajas sobre costos, tiempos de transportación, seguridad, frecuencia de salidas)?

Si

No

IX. Seguro para la Exportación

26.

¿Cuenta con un seguro para la exportación (para mercancía, de transporte; de responsabilidad civil)?

Si

No

X. Formas de Pago

27.

¿Conoce la forma de pago utilizada en el comercio exterior más conveniente a su empresa? (cartas de crédito en sus diversas modalidades; cuenta abierta; cobranza bancaria internacional).?

Si

No

XI. Contrato de Compra-venta Internacional y Solución de Controversias

28.

¿Realizará su operación comercial a través de un contrato de compra-venta internacional?

Si

No

29.

¿En caso de controversia con su cliente, tiene prevista la manera de dar solución al conflicto?, es decir, ¿qué organismo arbitral (de solución de controversias comerciales entre empresas) participará en la resolución del conflicto; bajo qué legislación?.

Si

No

XII. Documentos para la Exportación.

30.

¿Conoce los documentos que necesitará para realizar la exportación?

Si

No

Resultado de su Autoevaluación: 29/100 puntos

0-50. Toda empresa que se inicia en la exportación primero deberá contar con un producto competitivo que ofrecer y estar en condiciones de internacionalizarse. Es importante que no dé marcha al proyecto de exportación si aún no tiene resueltos estos aspectos. Una vez satisfecho

lo anterior, analice si le conviene exportar de manera directa, indirecta o incluso, considerar como opción el mercado nacional.

En particular requiere reforzar o desarrollar en su empresa los aspectos que se enlistan a continuación. Para obtener información sobre cómo llevarlos a cabo, consulte la [Guía Práctica de Orientación al Exportador](#) en los apartados que se le indican:

[I. Competitividad del Producto](#)

[II. Competitividad de la Empresa](#)

Estructura organizacional y capacitación

Financiamiento

Capacidad de producción y oferta exportable

[III. Mercado](#)

Mercado

Cliente

[IV. Comercialización y Canales de Distribución](#)

Actividades de promoción

Canales de distribución

[V. Precio de Exportación](#)

[VI. Aranceles y Regulaciones no Arancelarias](#)

Aranceles

Regulaciones no Arancelarias

[VII. Envase y Embalaje](#)

[VIII. Transporte](#)

[IX. Seguro para la Exportación](#)

[XI. Contrato de Compra-Venta Internacional y Solución de Controversias](#)

[XII. Documentos para la Exportación](#)

Acuda al Módulo de Orientación al Exportador más cercano a su localidad para recibir un servicio gratuito y personalizado sobre cómo orientar a su empresa a la exportación. Existe un [Módulo de Orientación al Exportador](#) en las delegaciones y subdelegaciones federales de la SECOFI.

[Guía Práctica de Orientación al Exportador](#)

Sistema Nacional de Orientación al Exportador

I. Competitividad de l Producto

El punto de partida para iniciar la exportación es contar con un producto competitivo que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias del mercado meta mejor que la competencia. Para hacer un estudio sobre la competitividad de su producto, compárelo con el de la competencia nacional y extranjera (para ello, existen en el mercado nacional una gran variedad de productos importados debido a la apertura comercial) sobre aspectos como precio, diseño, calidad, utilidad, durabilidad, exclusividad y/o los que considera que constituyen características deseables en su producto.

Si por ahora, el producto no dispone del grado de competitividad deseado, es recomendable desarrollar en él las características deseable y hasta entonces, inicial la exportación.

[A DONDE ACUDIR](#)

II. Competitividad de la Empresa

Objetivo de Exportación

La exportación es un objetivo de mediano y largo plazo que implica orientar las actividades de la empresa hacia la exportación y encauzar sus recursos (humanos, materiales y financieros) a esta actividad.

Objetivos definidos por razón de contracción del mercado interno; mercado interno saturado; sobrantes temporales, capacidad ociosa, ofertas de compra del exterior obedecen a situaciones temporales o de casuística que al desaparecer convierten al mercado nacional como más atractivo o eliminan la oportunidad de la empresa para exportar.

Objetivos que obedecen al deseo de conquistar nuevos mercados; expansión del mercado; búsqueda de mejor precio por el producto; ser más competitivos, implican la creación de una estrategia de desarrollo para la empresa y aseguran en mayor medida iniciar y perdurar en esta actividad.

Estructura orgnanizacional y capacitación

Las empresas exportadoras llevan a cabo las funciones y actividades de diseño, producción, comercialización, envío de la mercancía, prospección y promoción en el mercado destino, entre otras. En el caso de las microempresas éstas actividades se distribuyen entre el escaso personal de que disponen. Si la empresa cuenta con una mayor plantilla de personal se recomienda la creación de un departamento de comercio exterior.

Es indispensable contar con el personal capacitado para la exportación, ya sea para llevar a cabo las actividades inherentes a esta actividad o bien, para saber exigir un servicio de calidad.

Recursos financieros

Para iniciar y continuar en la exportación, se requiere contar con el recurso financiero que la soporte. En este sentido es necesario considerar el monto de los costos y gastos en los que se incurrirá, de cuánto se dispone y de dónde se obtendrán los recursos faltantes. Para este análisis, considere los siguientes costos y gastos:

- a.** Por concepto de producción, comercialización y envío : Gastos administrativos, materia prima, mano de obra, envase y embalaje, transporte, seguros, trámite aduanero y agente aduanal.
- b.** Por concepto de actividades de prospección y promoción: participación en ferias, investigación de campo, elaboración y envío de catálogos, entre otros.

Las posibles fuentes de financiamiento pueden ser las siguientes:

- a. Recursos propios
- b. Coinversión
- c. Política de pago
- d. Financiamiento por parte de la banca comercial o de fomento

Para tener acceso a los créditos financieros de la banca de fomento (NAFIN, BANCOMEXT), es necesario presentar un proyecto de exportación viable y ser sujeto de crédito.

A DONDE ACUDIR

- a. Acuda al Módulo de Orientación al Exportador más cercano a su localidad para solicitar orientación personalizada sobre el inicio de la empresa en la exportación. Los módulos se encuentran ubicados en las delegaciones y subdelegaciones federales de SECOFI.
- b. BANCOMEXT, para solicitar información sobre el calendario de capacitación sobre comercio

exterior. Consulte la página de BANCOMEXT en INTERNET para obtener ésta información http://www.bancomext.gob.mx/esp/menu_pft.html;

c. SECOFI, para obtener información sobre el Programa COMPITE <http://www.spice.gob.mx/siem/compite/compitepage.htm>, si requiere mejorar el proceso productivo de su empresa o bien, para informarse sobre el esquema de Empresas Integradoras <http://www.spice.gob.mx/siem/integradoras/integra1.htm>, si requiere integrarse con otras empresas para incrementar su capacidad de producción, así como para complementarse en cuanto a servicios o actividades orientadas a este fin ;

d. Centros Regionales para la Competitividad Empresarial (CRECE) <http://www.secofi.gob.mx/crece.htm> más cercano a su localidad, si considera que su empresa enfrenta serios problemas administrativos, financieros y de producción;

e. NAFIN <http://www.nafin.gob.mx/productos.html> o BANCOMEXT, para conocer opciones de financiamiento http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_finan.html.

III Mercado

Deberá seleccionar el mercado que ofrezca mejores oportunidades para su producto (mayor rentabilidad, menor riesgo, etc.)

Considere los siguientes criterios:

- a) Preferencias arancelarias en el marco de los Tratados y Acuerdos Internacionales de Libre Comercio, y el Sistema Generalizado de Preferencias;
- b) Situación económica, política, social, geográfica, gustos, preferencias, afinidad cultural, etc. del país destino;
- c) Segmento del mercado: niveles de ingresos; edades; cuántos son; costumbres;
- d) Ventas potenciales: cantidad y valor del consumo actual; tipo de consumidores; puntos de venta;
- e) Canales de comercialización y distribución del país destino;
- f) De qué países y empresas se reciben importaciones de su producto en el país seleccionado; precios, características;
- g) Opciones de transporte y sus costos.

Aproveche los servicios de las instituciones y dependencias de los sectores público y privado.

Una vez definido el mercado es muy conveniente realizar un viaje de observación, que permitirá analizar lo relacionado con el producto, precio, puntos de distribución, formas de comercialización y distribución y competencia.

Sobre el cliente:

Para asegurar el éxito en la operación comercial, seleccione una buena contraparte. Para ello, es necesario contar con referencias sobre su cliente de localización, operación y buen pago. Indague sobre volumen de ventas; capacidad financiera y buena fama en relación a

cumplimiento de compromisos y pagos. Tenga como regla llevar a cabo operaciones sólo con empresas sanas. Existen empresas dedicadas a dar información sobre solvencia de las empresas en el exterior.

A DONDE ACUDIR

Aproveche los servicios de las instituciones y dependencias de los sectores público y privado :

A. Consulte el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) <http://www.secofi-siem.gob.mx/ofedem.htm> y la página de BANCOMEXT en INTERNET http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_simpex.html.

B. Acuda al Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT para solicitar información sobre:

a. La publicación Nichos de Mercado y estudios de mercado sobre el producto que desea exportar http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_pub_c2.html.

b. Calendario de Ferias Internacionales y Misiones Comerciales (sólo si considera que tiene la suficiente oferta exportable y su producto es competitivo) http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_even.html

C. Posibles clientes para su producto en la Revista Negocios Internacionales http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_pub_c2.html.

D. Consulte o regístrese en el Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX) http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_simpex.html, con el fin de buscar una contraparte

Estadísticas de Comercio Exterior, para este efecto consulte la página de BANCOMEXT en Internet http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_estadist.html.

E. Infórmese en las cámaras empresariales del país, representaciones comerciales del extranjero en México y cámaras bilaterales, sobre intereses comerciales en el extranjero por productos mexicanos.

Acuda al Módulo de Orientación al Exportador más cercano a su localidad, donde se le brindará orientación personalizada para detectar el mejor mercado y cliente.

IV Comercialización y Canales de distribución

Comercialización.

Uno de los principales problemas que enfrentan los productos mexicanos para introducirse y lograr un buen lugar en el mercado externo es la comercialización. Esta actividad exige conocimiento del mercado destino, experiencia y recursos. En ocasiones, la estrategia de introducción y consolidación en los mercados externos para micro, pequeñas y medianas empresas es la exportación indirecta, ya sea como proveedor de una empresa exportadora o de una empresa de comercio exterior. Para ello, analice la posibilidad de aprovechar los beneficios que brindan los programas de Desarrollo de Proveedores y de Subcontratación Industrial, promovidos por la SECOFI o bien, exporte su producto a través de una comercializadora. Si elige ésta opción, se le sugiere acuda a una empresa con registro de Empresas de Comercio Exterior (ECEX), ya que disponen del capital, infraestructura, contactos y experiencia con la que quizá por ahora su empresa no cuenta.

Canales de Distribución.

Es necesario conocer qué canales distribución participan para hacer llegar el producto a su cliente meta. Su selección depende del volumen de exportación, sus recursos y experiencia. Las ventajas que ofrece el intermediarismo es el conocimiento del mercado meta, su cobertura y el uso de su infraestructura de distribución para llegar al cliente final. Su costo es que usted tiene

que compartir utilidades por el uso del intermediarismo. Es de vital importancia una selección adecuada de los canales de comercialización y distribución para ingresar y permanecer en el mercado destino y lograr el máximo beneficio para su empresa.

A DONDE ACUDIR

- a. Acuda a SECOFI para solicitar mayor información sobre los programas ECEX <http://www.spice.gob.mx/siem/ecex/>, Desarrollo de Proveedores y de Subcontratación Industrial <http://www.secofi-siem.gob.mx/subcontratacion/intermedio.html> y analizar la posibilidad de aprovechar alguno de ellos;
- b. Consulte sobre estos programas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) en INTERNET <http://www.secofi-siem.gob.mx/prom1.htm>
- c. Acuda al Módulo de Orientación al Exportador más cercano a su localidad, donde se le proporcionará atención personalizada para analizar su mejor alternativa.
- d. Acuda a BANCOMEXT para solicitar información sobre canales de distribución en el país destino, o indagar sobre este tema en estudios de mercado http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_infom.html;
- e. Para exportación al mercado norteamericano, solicite información sobre canales de distribución en la American Chamber of Commerce amchammx@amcham.com.mx; y en JETRO para solicitar información sobre canales de distribución en Japón.

V Precio de exportación

El precio es una variable de mercadotecnia en la estrategia de introducción y posicionamiento de su producto en el mercado meta. Constituye también la cotización del producto en el mercado destino.<> Para la definición del precio de exportación, primeramente deberá determinar el objetivo y política de precios, que podrá ser, entre otros: precio de introducción, precio de competencia, precio alto, precio bajo, costos más un porcentaje deseado de utilidad, etc. Para ello, debe considerar el tipo de producto de que se trate (bien básico, de lujo, etc.) y el precio de la competencia. Una vez conocido el precio de competencia, analice si su empresa puede enfrentar y sostener ese precio.

Para el cálculo del precio de exportación se debe considerar el precio base o de mercado doméstico más los gastos y costos que enfrente para hacer llegar el producto al cliente en el extranjero. Para ello, requiere negociar con su contraparte el término de comercio internacional (INCOTERM) a utilizar, que significa la definición del punto de entrega de la mercancía y los compromisos, responsabilidades y riesgos que esto conlleva para ambas partes, que significan los costos y gastos de exportación que deben de cubrir el exportador y el cliente.

Actualmente existen 13 INCOTERMS los cuales se describen a continuación:

1.	EX WORKS (EXW) "En fábrica"	El vendedor entrega la mercancía en su establecimiento (almacén, taller, fábrica, etc.), en donde la recoge el comprador.
2.	FREE CARRIER (FCA) "Franco transportista"	El vendedor entrega la mercancía al transportista designado por el comprador.
3.	FREE ALONGSIDE SHIP (FAS) "Franco al costado del buque"	El vendedor entrega las mercancías poniéndolas al costado del buque, sobre el muelle o en barcazas, en el puerto de salida convenido.

4.	FREE ON BOARD (FOB) "Franco a bordo"	La entrega debe realizarse a bordo de un buque en el puerto convenido.
5.	COST AND FREIGHT (CFR) "Coso y flete"	El vendedor pagará los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido.
6.	COST, INSURANCE AND FREIGHT (CIF) "Costo, seguro y flete"	El vendedor pagará los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, además el vendedor contratará el seguro y pagará la prima correspondiente (con una cobertura mínima).
7.	CARRIAGE PAID TO (CPT) "Transporte pagado hasta"	El vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el destino convenido.
8.	CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO (CIP) "Transporte y seguro pagados hasta"	El vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el destino mencionado, además el vendedor contratará el seguro y pagará la prima correspondiente (con una cobertura mínima).
9.	DELIVERED AT FRONTIER (DAF) "Entregada en frontera"	El vendedor queda obligado a entregar la mercancía en un lugar de la frontera previa al país del comprador.
10.	DELIVERED EX SHIP (DES) "Entregada sobre buque"	El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque en el puerto de destino convenido.
11.	DELIVERED EX QUAY, DUTY PAID (DEQ) "Entregada en muelle, derechos pagados"	El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador sobre el muelle, en el puerto de destino convenido, despachada en la aduana para la importación.
12.	12. DELIVERERED DUTY UNPAID (DDU) "Entregada derechos no pagados"	El vendedor debe entregar la mercancía en el lugar convenido del país de importación haciéndose cargo de los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía hasta aquel lugar excluyendo derechos, impuestos y otras cargas oficiales exigibles a la importación. El término DDP puede utilizarse, sea cual sea el medio de transporte.
13.	13. DELIVERED DUTY PAID (DDP) "Entregada derechos pagados"	El vendedor debe entregar la mercancía en el lugar convenido del país de importación haciéndose cargo de los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía hasta aquel lugar, incluyendo derechos, impuestos y otras cargas oficiales exigibles a la importación una vez que se han despachadas en aduana para la importación. El término DDP puede utilizarse, sea cual sea el medio de transporte.

Para el cálculo del precio de exportación, especialmente cuando se trata de una primera exportación, se recomienda solicitar los servicios de un especialista.

[A DONDE ACUDIR](#)

- Acuda a **BANCOMEXT** para indagar sobre el precio de competencia en el mercado destino y para solicitar el servicio de cotización del precio de exportación <http://www.bancomext.gob.mx/esp/cap297.html#6>
- En el caso de exportación a los E.E.U.U, solicite información en la American Chamber of Commerce sobre el precio de competencia en ese país amchammx@amcham.com.mx;
- Consulte la Guía Básica del Exportador de **BANCOMEXT** para profundizar en el conocimiento de este tema http://www.bancomext.gob.mx/esp/in_ge.html

VI Regulaciones arancelarias y no arancelarias

En el comercio internacional, existen diversas formas de regulaciones o restricciones al comercio, clasificadas en dos grandes rubros: las regulaciones arancelarias y las no arancelarias.

Las primeras significan los impuestos (aranceles) gravados a la importación o exportación de los productos (son escasos los impuestos a la exportación). Por regulaciones no arancelarias se entiende todo tipo de restricción al comercio exterior diferente al arancel, como las normas técnicas y de calidad exigidas por un país para la introducción de mercancías.

¿Cómo obtener el arancel a pagar en el país destino?

Para indagar el arancel que debe pagar un producto de exportación en el país destino, primeramente se debe conocer la fracción arancelaria, que es un código con el que se identifica a las mercancías a nivel internacional, de acuerdo al Sistema Armonizado de Codificación de Mercancías. Conforme a este Sistema, el código de referencia se compone de seis dígitos y cada país agrega un séptimo y octavo dígito que conforman la fracción arancelaria en ese país. Para efectos de exportación, se requiere conocer la fracción arancelaria del país destino.

¿Cómo obtener información sobre regulaciones no arancelarias?

Con la fracción arancelaria se solicita la información sobre las regulaciones no arancelarias que establece el país al cual se importa el producto.

¿Cómo tener acceso a las preferencias arancelarias?

Para tener acceso a las ventajas arancelarias su producto requiere cumplir con la regla de origen (contenido de insumos de la región, pactados en los acuerdos y tratados firmados por México, o contenido nacional para el caso del Sistema Generalizado de Preferencias). Para validar el origen de la mercancía y aprovechar las preferencias arancelarias, se debe anexar el Certificado de Origen.

A DONDE ACUDIR

- A. Para la determinación de la fracción arancelaria:
 - a. Solicite los servicios de un Agente Aduanal;
- B. Para indagar sobre las preferencias arancelarias:
 - a. Consulte el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) <http://www.spice.gob.mx/prefer/>;
 - b. Acuda a Oficina de Información de los Tratados Comerciales de la SECOFI. Para ello, deberá proporcionar la fracción arancelaria.
- C. Para obtener los Certificados de Origen, acuda a las ventanillas de Atención al Público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de SECOFI, ubicadas en la P.B. del edificio en Insurgentes; o en la Delegaciones o Subdelegaciones de SECOFI en toda la República, o consulte internet:
- D. Para obtener regulaciones no arancelarias, consulte a BANCOMEXT en internet: <http://www.bancomext.gob.mx/esp/cap297.html#11>.

VII. Envase y Embalaje para la Exportación

El envase y el embalaje para la exportación cumplen con diversas funciones: protección del producto, promoción, información sobre el productor y el producto. Es necesario indagar las regulaciones que en esta materia impone el país destino en relación al material con que es elaborado (ecológicas, ambientales, etc.), así como los requisitos que impone en materia de etiquetado.

A DONDE ACUDIR

- a. Centro Promotor de Diseño México.
- b. Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT.
- c. Empresa Consultora en Comercio Exterior.

VIII. Transporte

El transporte debe cubrir los objetivos de entrega oportuna y segura, además de cuidar que su costo no le reste competitividad al precio del producto. Se le recomienda realizar un análisis sobre los medios de transporte a utilizar, considerando sus costos, seguridad en la entrega, volumen y peso de la mercancía.

[A DONDE ACUDIR](#)

- a) Agentes de carga.
- b) Cámaras y asociaciones de transporte (CANACAR ; TMM, AMANAC, FNM, etc.).
- c) Agente Aduanal.

IX. Seguros

El comercio de mercancías en el mercado internacional implica riesgos de diversa índole, entre los que se pueden mencionar:

- a. los ocasionados por la movilización de mercancías de un país a otro, ya que son susceptibles de malos manejos y accidentes.
- b. los de responsabilidad civil, debido a daños a terceros
- c. los riesgos relacionados con el crédito al comprador, debido a posibilidad de la negativa de pago por parte del importador por los bienes importados o por la suspensión de la operación de comercio exterior.

Por tal motivo, se recomienda contar con un seguro para la exportación y protegerse de la carga económica que implica la realización de alguno de estos riesgos.

Para tal efecto, existen los siguientes tipos seguro:

- a) Seguro de transporte: Asegura la mercancía a exportar para resarcir al asegurado por las pérdidas o los daños materiales que sufren los bienes cuando sean transportados, ya sea por un sólo medio o la conuinación de éstos (transporte multimodal).
- b) Seguro de la mercancía: A solicitud expresa del cliente, la cobertura del seguro puede ampliarse a riesgos adicionales (robo, contacto con otras cargas, manchas, derrame, rotura, oxidación, etc.).
- c) Seguro de responsabilidad civil: Para proteger a la empresa de daños ocasionados a terceros por el producto exportado.
- d) Seguros de Crédito. Para proteger al exportador de la inseguridad de pago por la mercancía por parte del importador.

[A DONDE ACUDIR](#)

- a) Compañía Mexicana de Seguros de Créditos S.A. (COMESSEC).
- b) Otras compañías aseguradoras.

X. Formas de Pago

Constituye uno de los aspectos de la negociación en su operación de comercio exterior. Es necesario definirlo con su cliente antes de el envío de la mercancía. Su elección depende del grado de conocimiento y seguridad que usted tenga sobre su cliente. Se cuenta con las siguientes modalidades:

1. Cartas de crédito: Promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante) ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Existen diferentes modalidades: revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, a plazo, revolvente y transferible.

En el comercio exterior, cuando se desconocen las referencias de solvencia y estabilidad del cliente, es conveniente que sea a través de:

i. Carta de crédito confirmada.- Proporciona al exportador, seguridad absoluta de pago con la presentación al banco confirmador, de los documentos que comprueban el envío de la mercancía por parte del exportador.

ii. Carta de crédito irrevocable: tiene como característica principal que el banco emisor se compromete en forma total y definitiva a pagar, aceptar, negociar o cumplir con los pagos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con todos los términos y condiciones.

2. Cobranza bancaria internacional: instrucción que el exportador gira a su banco para efectuar el cobro al importador, de un determinado monto de dinero contra la entrega de documentos enviados.

Esta forma de pago implica menos costo que la carta de crédito, sin embargo, el banco del comprador no se hace responsable del pago, salvo que reciba la firma del comprador internacional.

3. Cuenta abierta : El exportador envía los documentos de embarque directamente al exportador. Este último al tenerlos en su poder, transfiere el pago correspondiente el exportador, por medio de una orden de pago, giro bancario o cheque personal.

[A DONDE ACUDIR](#)

- a) Banca comercial que preste este servicio ;
- b) BANCOMEXT http://www.bancomext.gob.mx/esp/n_finan.html.

XI. Contratos de Compraventa y Solución de Controversias

Para asegurar y evitar riesgos en una operación comercial, es imprescindible que realice un contrato de compra-venta internacional, que debe considerar como cláusulas más importantes :

- a) **Objeto:** es importante especificar clara y detalladamente las características del producto (medidas, materiales, peso, calidad, etc.).
- b) **Formas de pago:** De acuerdo a la modalidad elegida, deberá señalar una cláusula sobre el particular.
- c) **Envase y embalaje :** debe convenir y especificar el tipo de envase y embalaje seleccionado para proteger el producto.
- d) **Entrega de la mercancía:** se incluye la fecha de entrega y el punto específico de entrega negociado; aspecto que dependerá del tipo de los términos de comercio exterior (INCOTERMS)

que utilice.

e) **Patentes y marcas;** para evitar los plagios de marca, patentes y diseños, es necesario incluir una cláusula en la que la contraparte extranjera se obligue a registrar ante sus autoridades y a nombre de la empresa mexicana la marca, el diseño o la patente industrial del producto.

Es importante que se encuentre registrado en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

f) **Impuestos:** en las operaciones de compra-venta internacional de mercaderías, ambas partes deben convenir, con base en los incoterms, el punto específico donde se entregarán los productos, dependiendo del término elegido cada una pagará los gastos y aranceles que le correspondan según sea el caso.

g) **Cesión de derechos y obligaciones:** la compraventa se perfecciona mediante la entrega de mercancía y el pago de ésta, por lo que no se debe aceptar la cesión de derechos a un tercero mientras no se haya firmado un contrato donde se estipule la obligación del tercero. Si no se toma esta precaución, jurídicamente no se puede obligar a ese tercero a cumplir con su compromiso.

h) **Cláusula compromisoria:** para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas del contrato, así como para solucionar cualquier controversia, es conveniente que las partes convengan en someterse a la conciliación y el arbitraje comercial internacional. Se sugiere para ello que se consulte a la Comisión para la Protección del Comercio Exterior (COMPROMEX)

A DONDE ACUDIR

- a) La Comisión para la Protección del Comercio Exterior (COMPROMEX), de BANCOMEXT, es el organismo de arbitraje que puede intervenir como conciliador y árbitro de comercio internacional en controversias entre empresas mexicanas y extranjeras; además, ofrece asesoría jurídica en la elaboración de contratos y consulta vía fax para preguntas específicas <http://www.bancomext.gob.mx/esp/cap297.html#9>.

XII. Documentos Básicos para la Exportación

Para llevar a cabo el despacho aduanero de las mercancías, se requiere la presentación de los documentos que amparen la operación de comercio exterior en los términos legales que aplican. Si se omite alguno de ellos, se corre el riesgo de que las autoridades aduaneras no permitan la salida de la mercancía o bien, que no se permita la entrada al país destino por parte de sus autoridades.

Los documentos para la exportación son los siguientes:

A. Factura comercial.

B. Se deberá anexar los documentos que amparen el cumplimiento de la regulaciones no arancelarias del país de destino.(i.e. certificado fitosanitario, de libre venta, etc.)

C. Documentos de transporte: Guía aérea (transporte aéreo), conocimiento de embarque (marítimo), carta de porte (autotransporte) o talón de embarque (ferrocarril), representa el contrato entre el propietario de la mercancía y el transportista; se señala el lugar de entrega del producto de acuerdo al INCOTERM elegido con el cliente (Estos documentos deben coincidir con la factura, lista de empaque, etc).

D. Lista de empaque: Detalla el acomodo y distribución de los bienes contenidos en un embarque, numerado desde la primera hasta la última caja. paquete o contenedor, especifica volumen, peso, número de piezas por paquete, etc..

E. Si su producto cuenta con preferencias arancelarias por parte de los países con los que se tienen acuerdos comerciales (E.E.U.U, Canadá, Colombia, Venezuela, Bolivia, Costa Rica, Chile), o recibe beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), es requisito indispensable presentar un Certificado de Origen.

- F. Póliza o certificado de seguro de transporte y mercancía.
 G. Carta de encomienda. Documento en el que bajo protesta de decir verdad, girará las instrucciones al agente aduanal para realizar el despacho aduanero en forma clara y precisa (manejo y consignación de la mercancía, etc.).

[A DONDE ACUDIR](#)

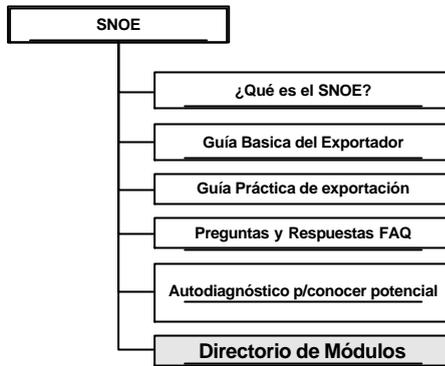
- a) Agente Aduanal
 b) SECOFI, los formatos de Certificado de Origen los puede encontrar en internet: <http://www.secofi.gob.mx/dgsce1.htm>.
 c) Agente de Carga
 d) SAGAR, para lo relacionado con el certificado fitosanitario, SS, para el caso de certificado sanitario, o según sea el caso, otras dependencias.

Ciudad: Secretaría de Desarrollo Económico Puebla, Pue.	
Representante:	Lic. Annia Phillanhe Llerenas Gómez Jefe del Departamento de Promoción al Comercio Exterior
Dirección:	4 Ote. No. 806, Centro Histórico C.P. 72000, Puebla, Pue.
Telefono:	(22) 32-52-00 ext. 210 y 310
Fax:	(22) 32-15-47
Correo Electronico:	annia_llerenas@sedecopue.gob.mx

ESTADO: PUEBLA	
NOMBRE:	LIC. ELFEGA DUARTE CANCINO
CARGO:	ENCARGADO DEL MODULO
DIRECCION:	CALLE 2 SUR No 3910, ENTRE LA CALLE 39 Y CALLE 41 OTE.
COLONIA:	DEL CARMEN HUEXOTITLA. CP.:72530
TELEFONO:	LADA: CLAVE: 22 TEL. : 379371
FAX:	FAX: 379374
EMAIL:	eduarte@secofi.gob.mx

Ciudad Universidad Politécnica Hispano Mexicana (Puebla)

Representante :	Lic. Luz María del Carmen Huerta García / Mtro. Antonio López Cuautle Responsable del MOE / Asist.		
Dirección:	Av. 25 Poniente 503 Col. Bella Vista C.P. 72420 Puebla, Pue.		
Telefono:	(01 22) 40-65-73, 40-05-95	Fax:	(01 22) 37-53-64
Correo Electronico:	luzmariahuertagarcia@yahoo.com.mx, trova_35@hotmail.com		



Elija el Estado de su preferencia para localizar el Módulo de Orientación al Exportador:

Campeche



Fecha de actualización: 7 de noviembre de 2001