

## LAS 25 PREGUNTAS MÁS FRECUENTES DEL NUEVO EXPORTADOR

### 1. ¿CUALQUIERA PUEDE EXPORTAR?

Cualquier empresa puede convertirse en exportadora, sin importar su tamaño, lo que importa es su nivel de competitividad. Una empresa competitiva debe contar con los recursos humanos, financieros, y de capacidad técnica y productiva para poder hacer frente a la competencia.

La exportación requiere de una empresa competitiva para tener éxito en el mediano y largo plazo. implica encauzar los suficientes recursos (humanos, materiales, financieros) a esta actividad con el fin de convertir a la empresa en una empresa orientada a la exportación.

Para evaluar la competitividad de su empresa, puede acudir al área de FACTIBILIDAD de COFOCE para que le apliquen un cuestionario y le elaboren un diagnóstico.

[avizcarra@cofoce.gob.mx](mailto:avizcarra@cofoce.gob.mx)

### 2. ¿QUÉ SE PUEDE EXPORTAR?

Se pueden exportar todo tipo de productos, pero también en este punto es necesario evaluar la competitividad de éstos. Un producto competitivo es aquel que goza de atributos en calidad, precio, diseño, unicidad o exclusividad que lo hacen más atractivo que la competencia. 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.

Es importante asegurarse de que su producto cuente con ventajas atractivas sobre sus competidores de tal manera que lo haga un producto único o diferenciable. para esto se recomienda la elaboración de un estudio sobre la competitividad de su producto.

Si su producto ha tenido buena aceptación en el mercado nacional, tiene mayores posibilidades de tener éxito en el mercado externo. Si por ahora su producto no dispone del grado de competitividad deseado por el mercado meta, es recomendable desarrollar en él las características deseables y hasta entonces, iniciar la exportación.

Para contar con asesoría o hacer un estudio sobre la competitividad de su producto, puede acudir al área de FACTIBILIDAD de COFOCE para que le apliquen un cuestionario y le elaboren un diagnóstico.

[avizcarra@cofoce.gob.mx](mailto:avizcarra@cofoce.gob.mx)

### 3. ¿A DÓNDE PUEDO EXPORTAR MIS PRODUCTOS?

Uno de los aspectos más importantes en cualquier proyecto de exportación es la elección adecuada de nuestro mercado meta. Para tal efecto se debe considerar, por una parte las oportunidades y amenazas que representa el mercado y por la otra, lo adecuado de los recursos de los que dispone la empresa para aprovechar tales condiciones.

Cuando no se tiene identificada una oportunidad específica en un mercado determinado, se sugiere elaborar una MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS con COFOCE. Este instrumento consiste en el análisis cuantitativo de 5 diferentes mercados, asignando ponderaciones de manera que se obtenga una calificación final, que nos permite determinar el mercado con mejores características para exportar. Se analizan en primer lugar los índices macroeconómicos (población, crecimiento del PIB, Inflación, ingreso per cápita), enseguida se analizan factores de acceso al mercado,

(importaciones y exportaciones totales, aranceles, otros impuestos aplicables, países proveedores) y por último se analiza información específica del tamaño del mercado para nuestro producto en específico (importaciones y exportaciones por fracción arancelaria, países proveedores, información de la industria). Para más información sobre este producto puede contactar al Centro de Información en Comercio Exterior en [kruiz@cofoce.gob.mx](mailto:kruiz@cofoce.gob.mx)

En caso de incursionar por primera vez en un mercado de exportación, y más aún si no se cuenta con una demanda asegurada para su producto, es fundamental llevar a cabo una investigación de mercado.

Muchas veces para que su producto tenga éxito en el exterior, es necesario conocer los gustos y preferencias de la gente en ese mercado y adaptar el producto (diseño, tamaño, presentación, nombre, etc.) a los gustos específicos de esas personas.

#### **4. ¿QUÉ CRITERIOS SE DEBEN TOMAR EN CUENTA PARA SELECCIONAR EL MERCADO META?**

Para conocer sobre el mercado internacional usted requiere:

1. Información general sobre el país al que desea exportar, el área y/o el mercado específico.
2. Información necesaria para pronosticar los requerimientos para el producto, anticipando las tendencias sociales, económicas, de la industria y del consumidor del mercado o país específico.
3. Información de mercado específica requerida para llevar a cabo decisiones claves sobre adaptación de su producto, promoción, distribución y precio.

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.
- b. Indague si existen preferencias arancelarias, en el marco de los tratados y acuerdos internacionales de comercio, y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).
- 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.

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.



## 5. ¿DÓNDE OBTENGO INFORMACIÓN DE MERCADOS?

Puede encontrar información de mercados en la sección de Información en Comercio Exterior – Información de Mercados – Estudios de Mercado

Ahí podrá encontrar información general sobre el mercado para distintos productos. Sin embargo, puede solicitar una EXPLORACIÓN DE MERCADO específica para su producto en el mercado meta. Este estudio incluye información sobre el consumo nacional aparente, barreras arancelarias, barreras no arancelarias, el mercado meta, canales de distribución, niveles de precios, formas de pago más usuales, competencia, contactos útiles y ferias y eventos de interés. Para más información sobre este producto puede contactar al Centro de Información en Comercio Exterior en [kruiz@cofoce.gob.mx](mailto:kruiz@cofoce.gob.mx)

## 6. ¿SE REQUIERE ALGÚN PERMISO ESPECIAL PARA EXPORTAR?

No, sólo se requiere estar dado de alta y activo en el Registro Federal de Contribuyentes. Sólo un pequeño grupo de productos requiere que la empresa se registre en el PADRÓN DE EXPORTADORES SECTORIAL, estos productos son: bebidas alcohólicas, cerveza, alcohol, alcohol desnaturalizado, mieles incristalizables y tabacos labrados (De acuerdo con el art. 19 fr. XI de la LIEPS)

## 7. ¿ESTÁ MI EMPRESA LISTA PARA EXPORTAR?

Esto depende de varios factores como: nivel de conocimiento de conceptos básicos de comercio exterior, posicionamiento del producto y nivel de competitividad de éste (valor agregado y/o precio) capacidad de producción suficiente, capacidad financiera de la empresa para implementar un plan de exportación, organización administrativa al interior de la empresa, entre otros.

Para evaluar la competitividad de su empresa, puede acudir al área de FACTIBILIDAD de COFOCE para que le apliquen un cuestionario y le elaboren un diagnóstico.

[avizacarra@cofoce.gob.mx](mailto:avizacarra@cofoce.gob.mx)

## 8. ¿MI PRODUCTO ESTÁ LISTO PARA EXPORTARSE?

Es necesario hacer un análisis a fondo tanto de su producto como de su negocio, entre más conocimiento y experiencia tenga sobre ambos, mayores serán las probabilidades de éxito en la exportación.

Se debe tener claro si su producto es competitivo. Para esto compare su producto con el de la competencia nacional o del extranjero o acuda con expertos que lo puedan orientar sobre la competitividad de su producto. De la misma manera, una vez que se tiene determinado el mercado meta, se deben conocer los requisitos de calidad, diseño, empaque, embalaje, etiquetado, etc, que deben cumplirse para exportar allá. Si es necesario hacer modificaciones, el CIEX (Centro de Innovación para la Exportación) de COFOCE puede apoyarlo para desarrollar una estrategia de innovación para su producto. Para más información contacte a Luz Rivera [lrivera@cofoce.gob.mx](mailto:lrivera@cofoce.gob.mx)

### **9. ¿CUÁNTO TIEMPO TARDARÉ EN EXPORTAR?**

El proceso de exportación no tiene periodos definidos, depende de factores como: el nivel de competitividad de la empresa y del producto (ver preguntas 1, 2 y 7), así como del compromiso de la propia empresa. Le sugerimos contactar a COFOCE para que le apoyen en la elaboración de un plan de exportación calendarizado de acuerdo a las características de su empresa y sus necesidades.

### **10. ¿QUÉ ES UN PLAN DE EXPORTACIÓN?**

Es un instrumento que define la estrategia de entrada a los mercados extranjeros y la planeación de la forma de operación más recomendable dependiendo de las características de la empresa exportadora, el producto de exportación y el mercado meta.

### **11. ¿PARA QUE LE SIRVE A MI EMPRESA ELABORAR UN PLAN DE EXPORTACIÓN?**

Le permitirá identificar las posibilidades de éxito en la comercialización de sus productos en los mercados extranjeros, minimizando riesgos y gastos innecesarios durante el proceso de exportación, maximizando la rentabilidad de operaciones.

### **12. QUE ASPECTOS DEBO CONSIDERAR AL ELABORAR UN PLAN DE EXPORTACIÓN?**

Un plan de exportación debe incluir un perfil de la empresa exportadora, identificando sus fortalezas y debilidades; un análisis del producto de exportación en el que se especifique su clasificación arancelaria, características, productos competidores y valor agregado al cliente; estructura y comportamiento del mercado al que se desea exportar (Regulaciones y barreras de entrada al mercado, prácticas comerciales, análisis de la competencia, etc.) Aspectos operacionales (tales como personal encargado de la exportación) y financieros (asignar un presupuesto a la exportación y evaluar la rentabilidad del proyecto).

### **13. ¿QUÉ ES LA CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE UN PRODUCTO?**

Al exportar un producto debemos conocer el código con que éste es identificado con base en un sistema adoptado internacionalmente conocido como Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Este código integrado por 6 dígitos homólogos a nivel internacional más dos adicionales asignados por el país, permite determinar el tratamiento arancelario y restricciones no arancelarias a las que se verá sometido nuestro producto en el mercado importador. Asimismo, facilita las transacciones comerciales al utilizar un mismo código para un producto en cualquier país, independientemente de las diferencias en idioma

### **14. ¿QUÉ DOCUMENTACIÓN REQUIERO PARA EXPORTAR?**

La documentación básica exigida en cualquier proceso de exportación es:

1. Factura Comercial
2. Encargo conferido (autorización ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador)
3. Carta de instrucciones al agente aduanal (información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal)
4. Lista de Empaque
5. Certificado de Origen
6. Documento del transporte
7. Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias (tales como certificados sanitarios, certificados de peso, permisos, etc.)

Para más información consulta la Guía de Documentos Básicos para Exportar

**15. ¿CÓMO DETERMINO EL PRECIO DE EXPORTACIÓN DE MI PRODUCTO?**

El exportador debe tener un conocimiento previo del costo en que ha incurrido para fabricar o comercializar un producto destinado a la exportación. Este es el punto de partida para determinar el precio más conveniente.

El cálculo del costo de un producto de exportación debe considerar elementos diferentes de los que se toman en cuenta para el mercado nacional. Ello se debe a que en este último, por ejemplo, se incluyen gastos de publicidad, los cuáles no deben repercutir necesariamente en el costo del producto de exportación.

Por otro lado, para calcular el precio de exportación del producto es necesario tomar en cuenta los Incoterms (Términos de Negociación Internacional) de los cuáles se habla más en la pregunta 18. Consulte también la Guía de Incoterms. De acuerdo al Incoterm negociado, estos son algunos factores que se deben tomar en cuenta para calcular el precio de exportación:

1. Envase y embalaje de exportación
2. Marcas, etiquetas, leyendas o impresos especiales para exportación
3. Optimización de la carga (reagrupando, unitarizando)
4. Inspección, verificación o certificación para la exportación
5. Almacenaje local previo (si se requiere)

**1+2+3+4+5 + precio del producto por exportar = precio EXWORKS**

6. Tramitación de documentos
7. Recolección o transporte nacional, incluyendo maniobras o renta de equipo especial, en su caso.
8. Derecho de trámite aduanero
9. Despacho aduanal de exportación
10. Seguro de la mercancía hasta su entrega al medio de transporte internacional

**EXWORKS + 6 + 7 + 8 + 9 + 10 = Free Carrier At (FCA); Free Alongside Ship (FAS); Free on Board (FOB)**

Para asesoría especializada en el cálculo de su precio de exportación, comuníquese con Claudia Ramírez, del Centro de Planeación Logística [cramirez@cofoce.gob.mx](mailto:cramirez@cofoce.gob.mx)

**16. ¿CÓMO PUEDO OBTENER INFORMACIÓN DE COSTOS DE TRANSPORTE, SEGUROS, ETC?**

Contacte al Centro de Planeación Logística de COFOCE. Es una unidad especializada en la planeación, organización y control logístico de las empresas del Estado de Guanajuato a través de la terciarización de los diferentes servicios logísticos que fluyen de los diferentes procesos de la cadena de valor trabajando con aliados de negocios reconocidos en el mercado y especializados en su ámbito de competencia. Para asesoría especializada comuníquese con Claudia Ramírez, del Centro de Planeación Logística [cramirez@cofoce.gob.mx](mailto:cramirez@cofoce.gob.mx)

**17. ¿REALMENTE REQUIERO DE UN AGENTE ADUANAL PARA EXPORTAR Y CÓMO PUEDO CONTACTAR UNO?**

El Art. 40 de la Ley Aduanera establece la obligación de utilizar un agente aduanal para las operaciones de importación o exportación. Para escoger un agente aduanal es necesario determinar primero la aduana de salida de la mercancía, para asegurarse que el agente aduanal determinado tenga adscripción en esa aduana (es

decir que esté autorizado para realizar operaciones) Para obtener información sobre agentes aduanales, puede utilizar el Directorio de Agentes Aduanales, o contactar al Centro de Información en Comercio Exterior [cice@cofoce.gob.mx](mailto:cice@cofoce.gob.mx)

### 18. ¿QUÉ SON LOS INCOTERMS?

Los Incoterms, o Términos de Negociación Internacional, son la herramienta que permite realizar las operaciones de comercio exterior entre países bajo un mismo lenguaje, indicando claramente cuáles son los derechos y obligaciones tanto para los exportadores como para los importadores.

En la última versión de los Incoterms, la versión 2000, existen 4 grupos con sus diferentes modalidades, recordando que se estructuran desde el Incoterm que indica la responsabilidad mínima como vendedor hasta la responsabilidad máxima.

<p><b>Categoría E:</b> EXW - EXWORKS</p>	<p>Único término en que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor</p>
<p><b>Categoría F:</b> FCA – FREE CARRIER AT FAS – FREE ALONGSHIDE SHIP FOB – FREE ON BOARD</p>	<p>Términos en los que al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador</p>
<p><b>Categoría C:</b> CFR – COST AND FREIGHT CIF- COST, INSURANCE AND FREIGHT CPT-CARRIAGE PAID TO CIP-CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO</p>	<p>El vendedor contrata el transporte a sus expensas, sin asumir algún riesgo ni responsabilidad sobre la mercancía una vez que ésta ha sido embarcada. Bajo estos términos, el vendedor asume obligaciones de embarque</p>
<p><b>Categoría D:</b> DAF – DELIVERED AT FRONTIER DES – DELIVERED EX SHIP DEQ – DELIVERED EX QUAY DDU – DELIVERED DUTY UNPAID DDP – DELIVERED DUTY PAID</p>	<p>El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta entregar la mercancía en el lugar de destino acordado. Bajo estos términos el vendedor asume obligaciones de entrega en destino</p>

Si requiere asesoría sobre el Incoterm a utilizar comuníquese con Claudia Ramírez, del Centro de Planeación Logística [cramirez@cofoce.gob.mx](mailto:cramirez@cofoce.gob.mx)

### 19. ¿CUÁLES SON LAS REGULACIONES Y RESTRICCIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS QUE DEBE CUMPLIR MI PRODUCTO PARA SER EXPORTADO?

Las **regulaciones arancelarias** son impuestos (aranceles) que se deben pagar en la aduana de un país, por parte de los importadores o exportadores por la entrada o salida de mercancías. En México, la mayoría de los productos no tienen aranceles a la exportación. Los aranceles se determinan en función de la fracción arancelaria de cada producto.

Las **regulaciones no arancelarias** son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger a la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en

lo que respecta a medio ambiente, salud, sanidad animal o vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de los productos que están adquiriendo, o en su caso darles a conocer las características de los mismos bienes susceptibles de comercio exterior.

Por su naturaleza estas regulaciones resultan más difíciles de conocer, interpretar y cumplir, lo que ocasiona que en muchos casos no sean tan accesibles, ya que se originan en varias fuentes y pueden ser modificadas en tiempos relativamente cortos.

Para conocer este tipo de regulaciones para su producto, puede solicitarlo al Centro de Información en Comercio Exterior : [cice@cofoce.gob.mx](mailto:cice@cofoce.gob.mx).

## **20. ¿QUÉ ASPECTOS INFLUYEN PARA LOGRAR UNA VENTAJA COMPETITIVA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES?**

Marca posicionada, diseño, valor agregado, servicio post-venta,

## **21. ¿QUÉ APOYOS FINANCIEROS EXISTEN PARA EL EXPORTADOR?**

Para información sobre apoyos financieros a la exportación comuníquese con Bancomext [mbarrera@bancomext.gob.mx](mailto:mbarrera@bancomext.gob.mx) o con SEFIDE [jtovar@guanajuato.gob.mx](mailto:jtovar@guanajuato.gob.mx) o al 01 800 990 9090

## **22. ¿CÓMO REGISTRO MI MARCA EN EL MERCADO DESTINO?**

En primer lugar debe presentarse una solicitud de registro de una marca en la oficina de marcas nacional o regional apropiada. La solicitud debe contener una reproducción clara del signo que desea inscribirse, incluyendo los colores, las formas o los rasgos tridimensionales. La solicitud debe contener, asimismo, una lista de los bienes o servicios a quienes se aplicará el signo. El signo debe satisfacer ciertas condiciones para ser protegido como marca registrada o cualquier otro tipo de marca. Debe ser inconfundible, de manera que los consumidores puedan identificarlo como atributo de un producto en particular, así como distinguirlo de otras marcas que identifican a otros productos. No se debe inducir a engaño a los consumidores, defraudarlos, ni infringir la moralidad o el orden público.

Los derechos que se solicitan no pueden ser los mismos, o similares, que los derechos que hayan sido concedidos a otro titular de una marca. Esto puede determinarse mediante la investigación y examen por parte de la oficina nacional o mediante la oposición de terceros que reivindican derechos similares o idénticos.

Para más información sobre el registro de marcas, tanto nacional como internacionalmente, comuníquese al Área Jurídica de COFOCE [mmunoz@cofoce.gob.mx](mailto:mmunoz@cofoce.gob.mx).

## **23. ¿NECESITO UN CONTRATO DE COMPRA-VENTA? ¿DÓNDE OBTENGO UNO?**

En el intercambio comercial internacional es una práctica común que las negociaciones sean informales, es decir, que no estén formalizadas mediante un contrato escrito. Esto no las invalida ni impide que sean concretadas las operaciones, sin embargo, si presenta una serie de riesgos que pueden derivar en problemas operativos, legales y financieros entre las empresas nacionales y extranjeras. Se sugiere que para CUALQUIER tipo de operación de compra-venta se firme un contrato, independientemente del nivel de confianza que se tenga con el cliente.

En su defecto, conviene contar con alguna forma de confirmación escrita de las condiciones pactadas, ya sea en una orden de compra (firmada) o pedido formal.

También se sugiere que la empresa mexicana, antes de iniciar operaciones de comercio exterior, obtenga información de su contraparte para investigar referencias comerciales y bancarias así como la solvencia moral y económica de la empresa extranjera, a efecto de que cuente con elementos suficientes que le permitan conocerla y evitar en lo posible controversias comerciales internacionales. Para obtener este tipo de información puede solicitar una cotización a COFOCE para un reporte crediticio de la empresa en cualquier parte del mundo.

En la sección de Guías podrá encontrar un machote de contrato internacional de compra-venta de mercancías, el cuál cumple con las cláusulas básicas recomendadas. Sin embargo, le sugerimos contactar al área jurídica de COFOCE para recibir una asesoría personalizada sobre el tema.

#### 24. ¿CUÁLES SON LAS FORMAS DE PAGO MÁS UTILIZADAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL?

Existen varias formas para realizar o recibir pospagos de las mercancías. En forma muy general, algunas de ellas son las siguientes, clasificadas por su nivel de seguridad:

NIVEL DE SEGURIDAD	FORMA DE PAGO
BAJO	CHEQUE
	GIRO BANCARIO
MEDIO	ORDEN DE PAGO
	COBRANZA BANCARIA INTERNACIONAL
ALTO	CARTA DE CRÉDITO

La selección de la forma de pago puede irse ajustando de acuerdo con el nivel de experiencia y confianza que, de manera recíproca se van teniendo las partes. De ellas, la carta de crédito sin duda brinda la mayor seguridad al exportador de que cobrará su plaza.

La carta de crédito es un instrumento de pago mediante el cual un banco (banco emisor) a petición de un cliente (comprador) se obliga a hacer un pago a un tercero (vendedor/beneficiario) o a aceptar y pagar letras de cambio libradas por el beneficiario, contra la entrega de documentos siempre y cuando se cumpla con los términos y condiciones de la propia carta de crédito.

Si requiere asesoría en este tema, puede contactar a la Lic. Claudia Ramírez quién podrá brindarle más información. [cramirez@cofoce.gob.mx](mailto:cramirez@cofoce.gob.mx)

#### 25. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES ERRORES COMETIDOS EN LA EXPORTACIÓN?

- Falta de investigación de mercado (cultural y legalmente)
- Extrema diversificación de los mercados
- Capacidad de producción no es capacidad de internacionalización
- Desconocimiento de la mecánica de exportación
- Cálculo deficiente del precio de exportación
- Falta de evaluación de la contraparte
- Incumplimiento en tiempos y cantidades de entrega
- Falta de servicio post-venta
- La exportación no es algo que se hace de la noche a la mañana, es necesario invertir tiempo y dinero en las investigaciones, en las modificaciones del

producto, en la selección adecuada del mercado y de la contraparte, en la promoción y publicidad del producto, etc.

- El error más frecuente es la impaciencia del nuevo exportador, que al no ver resultados inmediatos y tener sólo “gastos” deja todo.
- No hay peor momento para empezar a exportar que cuando la empresa siente las consecuencias negativas de la crisis del mercado interno.