

INFORMACIÓN BÁSICA PARA EXPORTAR

¿QUÉ ES LA EXPORTACIÓN?

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

La exportación definitiva es definida como la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado.

La exportación temporal es la salida de mercancías del territorio nacional para retornar posteriormente al país.

ACTITUD DEL EXPORTADOR.

El exportador debe asumir compromisos serios para lograr tal objetivo, así como investigar y explorar otros mercados. Establecer una planeación cuidadosa y una estratégica clara de ventas.

VENTAJAS DE EXPORTAR

- Mejora la competitividad e imagen de la empresa.
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta.
- Créditos menos caros.

PUNTOS DE CUIDADO

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados.
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.
- Calcular adecuadamente costos y precio de venta, para no perder utilidades y no vender debajo de sus costos.
- Contar con los contratos internacionales que consideren los derechos y las obligaciones de las partes.
- Contratar seguros.
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago.
- Usar cartas de crédito
- Aprovechar los apoyos de fomento a las exportaciones del gobierno federal.

RECOMENDACIONES

- Evitar confusiones al momento de negociar.
- Cumplir con exactitud todo lo que se pacte en materia de precio, calidad, tiempo de entrega, remisión de documentos, forma de pago, entre otros.
- Cuidar que las muestras sean representativas del producto que se exportará.

ERRORES FRECUENTES AL EXPORTAR

- No saber decir no.
- Entrar a la actividad de la exportación por casualidad y no por estrategia.
- Demasiada diferencia entre la calidad de las muestras y la calidad del producto.
- Tener el hábito de trabajar con suposiciones.
- Desconocer la cultura de negocios del extranjero.
- No contar con cotizaciones detalladas.
- No registrar por escrito y con firmas todos los acuerdos que se tienen con el cliente.
- No manejar adecuadamente el aspecto de exclusividad.
- Desconocer de las condiciones climatológicas durante el transporte.
- No contar con estrategia de precio a la exportación.
- No hacer investigaciones sobre la tendencia de moda.
- Falta de apoyo a las inspecciones de calidad del producto y proceso.

ELEMENTOS GENERALES

Punto de Partida: Un producto que ofrecer; identificar el producto que se venderá en los mercados extranjeros, seleccionar el mercado y la forma de ingresar a éste. Cerciorarse de que la empresa está en condiciones de exportar:

1. Volumen solicitado por el importador.
2. La calidad del producto requerida en el mercado de destino.
3. Ofrecer un precio competitivo y una utilidad razonable.
4. La clara garantía en el tiempo de entrega.
5. Servicio post-venta requerido, en su caso.

Éxito= precio/calidad+oferta.

RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.

Las Empresas necesitan conocer:

- ¿Cuál o cuáles de sus productos tienen mejores posibilidades de ser exportados?
- ¿En dónde existe demanda para el producto que fabrica la empresa y el precio al que puede venderlo?
- ¿A qué competencia se enfrentará?
- ¿Cuáles son los requerimientos y necesidades del mercado?
- ¿Qué regulaciones arancelarias, normas técnicas o regulaciones no arancelarias debe cumplir?
- ¿Qué factores geográficos, económicos, políticos y culturales pueden afectar sus posibilidades de éxito?

SELECCIÓN DEL MERCADO.

Se recomienda explorar en primer término los mercados que ofrecen ventajas arancelarias a México (por acuerdos o tratados de libre comercio), y en segundo los naturales geográficamente. Mercados que usted conoce mejor por su parecido al nuestro en lo cultural y socioeconómico.

Análisis del entorno económico, social y ambiental:

- Cifras de población.
- Situación política.
- Topografía
- Centros de concentración de la población.
- Superficie total.
- Política cambiaria.
- Sistema bancario y formas de pago utilizadas.
- Clima
- Estructura social
- Infraestructura
- Red de transportes y telecomunicaciones.
- Ingreso per cápita
- Grado de desarrollo

Análisis del producto:

- Competencia local del producto
- Cifras de comercio del producto
- Tendencias (gustos, modas, preferencia, costumbres, productos sustitutos, etc.)
- Canales de distribución
- Importadores potenciales
- Precios locales del producto

ASPECTOS TÉCNICOS

- La fracción arancelaria del producto.
- Los documentos y trámites que se involucran en este proceso.
- La determinación del precio de exportación.
- La selección del medio de transporte más adecuado.
- El conocimiento de los acuerdos y tratados comerciales que México tiene firmados con otros países, para poder hacer uso de los beneficios arancelarios y condiciones de acceso.
- Las regulaciones no arancelarias (normas técnicas, de seguridad, etiquetado, ecológicas, entre otras), que aplican al producto de mercado de destino.

ACCESO AL MERCADO

Medios a través de los cuales se puede contactar un cliente potencial:

- Acudir al Centro de Información en Comercio Exterior de COFOCE y consultar los directorios especializados de Importadores.
- Consultar las demandas de productos mexicanos que detectan las Consejerías Comerciales.
- Participar en alguna de las ferias internacionales como visitante o expositor.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

- Exportación indirecta (proveedores de la industria maquiladora y PITEX)
- Operar con importadores independientes, contactados directamente.
- Entregar el producto a una comercializadora de aquel país.
- Operar con una firma en el mercado de destino, que actúe como representante trabajando a base de comisiones.
- Operar con una firma en el mercado de destino, que actúe como representante exclusivo, tomando posesión de las mercancías.
- Establecer una oficina de representación en el mercado de destinos que levante pedidos.
- Establecer una empresa en sociedad con una forma local que se encargaría de la distribución.
- Vender los derechos de fábrica o marca comercial, cobrando por ello una regalía.
- Participar como proveedor de un gobierno extranjero concursando en licitaciones internacionales.
- Proveer a un comprador (cadena de supermercados), surtiéndola de productos con la marca de ellos.
- Establecer una asociación (joint venture) con una empresa o inversionista local en el mercado de destino para fabricar productos.

ASPECTOS COMERCIALES, ADUANEROS Y FISCALES A CONSIDERAR EN LA EXPORTACIÓN DE MERCANCÍAS A MERCADOS EXTRANJEROS.

Ante el fenómeno de la globalización, cada día los grandes productores nacionales toman mayor conciencia de lo importante que resulta salir a competir a los mercados internacionales, y no sólo quedarse en el mercado doméstico, aprovechando de esta forma, y entre otros, las ventajas comparativas con las que se cuentan, como son: los beneficios y oportunidades comerciales que ofrecen los diversos tratados de libre comercio y acuerdos comerciales suscritos por México desde hace más de una década.

Otro panorama es el que afrontan las empresas medianas y pequeñas por el desconocimiento de las operaciones de exportación, ya que no basta contar con una planta de producción funcionando, insumos y una plantilla de trabajadores capacitados para la elaboración de productos para salir a competir, por ello enfrentan varios tropiezos al aventurarse sin una planeación y ven sus sueños interrumpidos; por esto, resulta importante precisar los elementos a considerar en la exportación de mercancías.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN

Antes de incursionar en los mercados internacionales es muy importante realizar un estudio de factibilidad de la empresa, para determinar y medir su capacidad productiva, ya que suele suceder que una vez obtenido el pedido, rebasa la capacidad de producción, y por ende perder las oportunidades comerciales, al tener que cancelarlo o en su caso buscar el apoyo en maquiladores externos.

Al realizarse el estudio, se estaría ante la posibilidad de conocer de la empresa, entre otros: los volúmenes de producción, tiempos de entrega, plantilla de trabajadores, inventarios de insumos, partes, componentes y maquinaria, proveedores nacionales o extranjeros, calidad del producto, política de precios, controles de calidad, así como los servicios de post-venta

proporcionados; y por ende, medir su capacidad productiva y recursos, para poder ofrecer una oferta exportable, o en caso, buscar los apoyos financieros externos para lograr sus objetivos.

CUMPLIMIENTO DE REGULACIONES Y RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS

Para salvaguardar el abasto nacional, regular o controlar los recursos naturales del país conforme a las necesidades del mercado interno y las condiciones del mercado internacional, la Ley de Comercio Exterior (LCE) establece regulaciones o restricciones no arancelarias para regular la entrada y salida de mercancías, o bien, para prohibirlas.

Las mercancías sujetas a regulaciones o restricciones no arancelarias, se identificarán en términos de sus fracciones arancelarias, y se encuentran consideradas en diversos ordenamientos legales por dependencias, según sea el caso, por ejemplo:

- Permiso previo de exportación (Secretaría de Economía),
- Certificado o expedido por el Consejo Mexicano del Café, o los Consejos Estatales del Café (Consejo Nacional Mexicano del Café o los Consejos Estatales),
- Autorización sanitaria previa de exportación o autorización de salida (Secretaría de Salud),
- Certificado CITES, o Autorización de exportación de especies silvestres, o
- Autorización de exportación de materiales y residuos peligrosos (Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales),
- Autorización previa de exportación (Secretaría de Energía), y regulación e inspección ocular para la exportación (Secretaría de la Defensa).

Dichos documentos deberán presentarse en la aduana correspondiente, al momento de exportar las mercancías.

MERCANCÍAS PROHIBIDAS PARA SU EXPORTACIÓN

En general, la exportación de mercancías es libre, sin embargo, conforme la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, se encuentra prohibida la exportación de las siguientes mercancías: peces vivos depredadores, en sus estados de alevines, juveniles y adultos, huevos de tortuga de cualquier clase, pieles de tortuga o caguama, estupefacientes, material ofensivo o que incite a la violencia y bienes declarados monumentos arqueológicos por la Secretaría de Educación Pública.

DESPACHO ADUANERO

El despacho aduanero de exportación de las mercancías, deberá efectuarse a través de agente aduanal o apoderado aduanal, y de conformidad con el artículo 36, fracción II de la Ley Aduanera, se presentará la siguiente documentación:

La factura o cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, Los documentos comprobatorios del cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, dependiendo de la mercancía y dependencia que lo establezca en los diversos acuerdos, como se mencionó anteriormente.

Es necesario también entregar al agente aduanal la carta de encomienda, en la cual se giren instrucciones de las operaciones a realizar.

Asimismo, e independientemente del aspecto aduanal, en la transacción de mercancías extranjeras para exportación, los compradores en el extranjero requieren de la presentación de los siguientes documentos:

- Factura comercial,
- Guía aérea (transporte aéreo),
- Conocimiento de embarque (transporte marítimo),
- Carta de porte (autotransporte),
- Talón de embarque (transporte por ferrocarril),
- Póliza de seguro, y
- Certificado de origen.

Es muy importante considerar que si los bienes son originarios de México, y el país al que se enviará la mercancía tiene suscrito algún tratado o acuerdo comercial, se entregue el certificado de origen de los mismos, a efectos de que la parte compradora pueda hacer uso de las preferencias arancelarias al momento de su importación.