

RUTA PARA EXPORTAR

Guía de pasos básicos para MiPyMEs
mexicanas que buscan exportar.

ECONOMÍA

SECRETARÍA DE ECONOMÍA



2020

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la mayoría de los países, incluyendo a México, se han inclinado a adoptar economías cada vez más abiertas por medio de la eliminación de barreras al comercio. Lo anterior abre una serie de oportunidades para los empresarios mexicanos que quieran ampliar sus mercados e incursionar a la exportación. No obstante, los empresarios que quieran empezar a exportar deben prepararse e informarse de todo lo que implica comercializar sus productos en el extranjero.

Este texto tiene como propósito darle a los empresarios mexicanos un panorama general del proceso para la exportación. Es importante hacer hincapié que esta guía provee un panorama general del proceso y se recomienda a los interesados en exportar hacer una investigación minuciosa del proceso específico para la exportación de su producto. Este documento está basado y actualiza el libro “Decídete a exportar” elaborado por ProMéxico.

Esta guía está dividida en tres capítulos. El primero tiene como objetivo mostrar un panorama general de lo que son las exportaciones y cuáles son los pasos para lograrlo, además de explicar las razones por las cuáles exportar es un buen negocio; así como cuáles son los errores más comunes que las empresas cometen cuando empiezan a exportar. El segundo capítulo explica los pasos para empezar a planear una estrategia para exportar tomando en cuenta temas como las regulaciones arancelarias y no arancelarias; tratados comerciales en los que México forma parte, entre otros. Por último, el tercer capítulo menciona los trámites y documentos que se requieren, cómo cotizar, de qué manera se realizarán los pagos y los contratos necesarios para poder exportar.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EXPORTACIÓN

1.1 ¿Qué es la exportación?	6
1.2 ¿Por qué exportar?	6
1.3 Recomendaciones para el futuro exportador	7
1.4 Errores más comunes de los exportadores	8

2. ESTABLECIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA DE TOMA DE DECISIONES

2.1 Determinar el Producto	10
2.2 Determinar el mercado	11
2.3 Regulaciones arancelarias	13
Reglas de origen	22
Certificado de origen	22
Otros Certificados de origen:	22
2.4 Regulaciones y Restricciones No Arancelarias	23

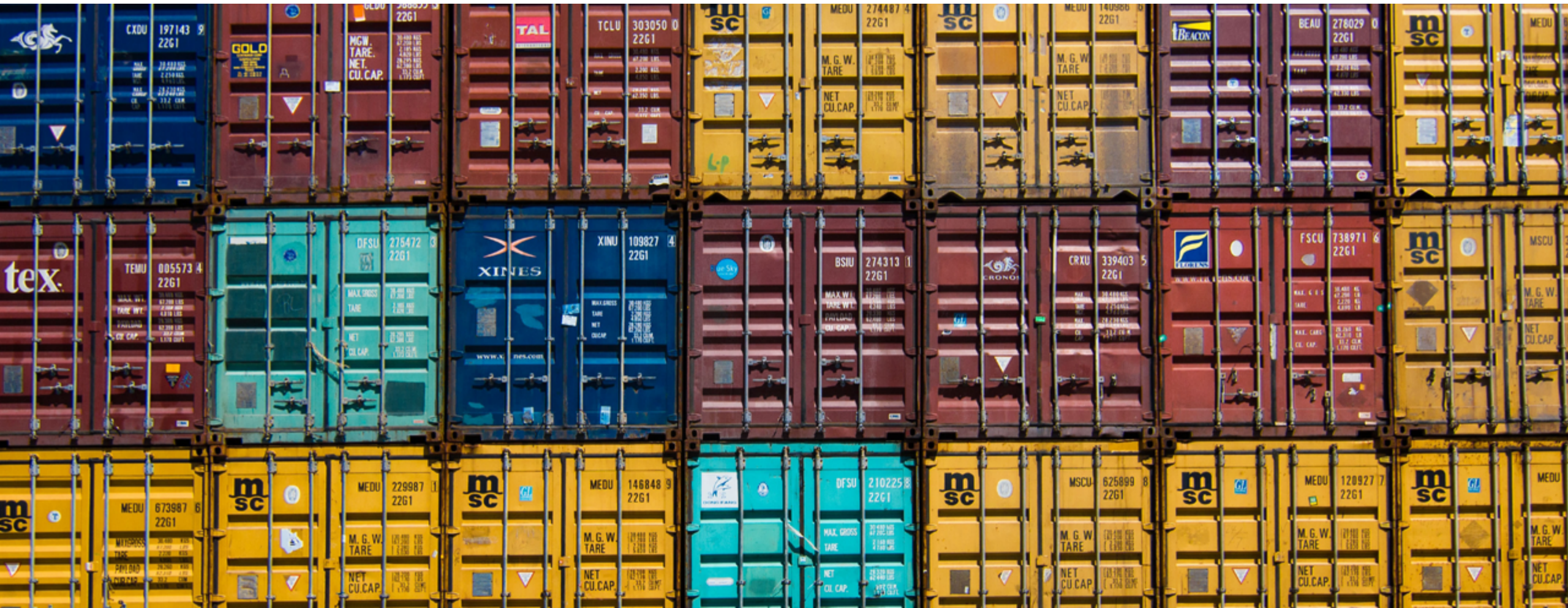
3. EJECUCIÓN DE TRANSACCIONES Y TRÁMITES

3.1 Documentos y trámites de exportación	27
3.2 Proceso de exportación	29
3.3 Términos de negociación internacional	32
3.4 Formas de pago internacional	34
3.5 Contratos internacionales	36

4. LIGAS DE INTERNET Y OTROS RECURSOS DE INTERÉS

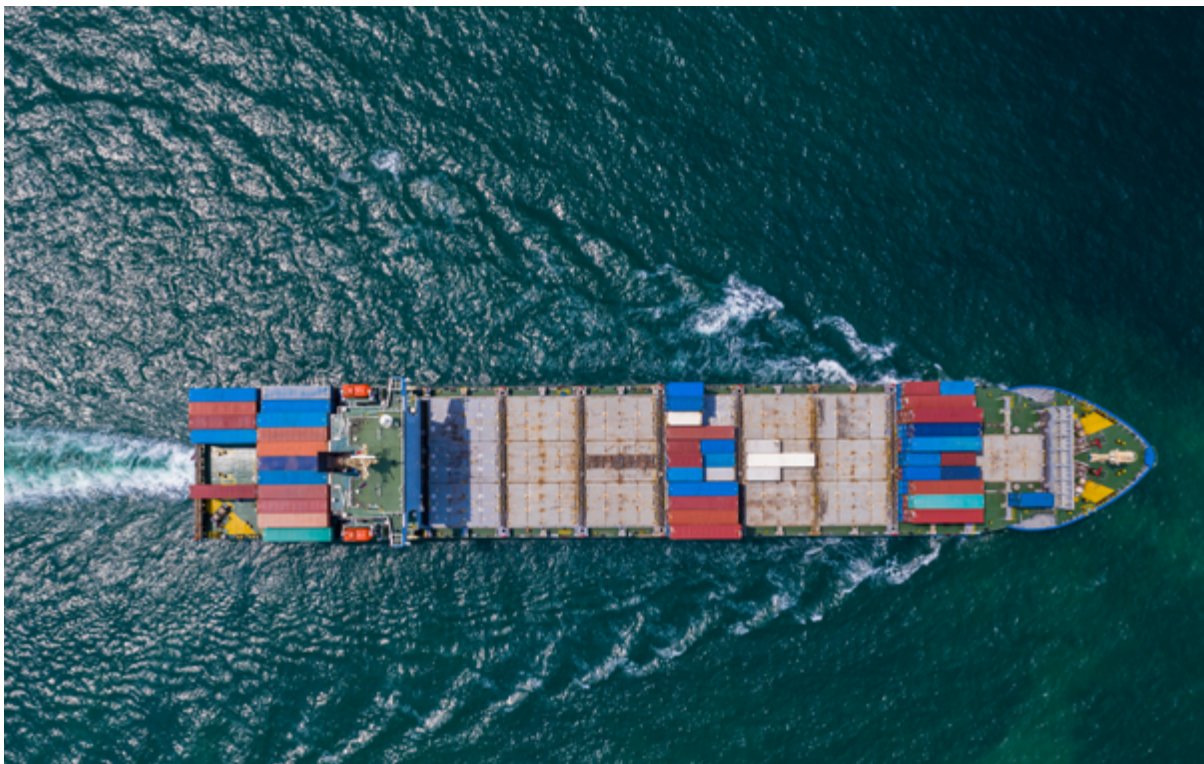
4.1 Del Gobierno de México	38
4.2 De organizaciones externas	39

1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EXPORTACIÓN



1.1 ¿QUÉ ES LA EXPORTACIÓN?

La exportación es la venta y transporte de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero. Existen dos tipos de exportación establecidos en la legislación nacional: la definitiva y la temporal. Por un lado, la exportación definitiva se define en el artículo 102 de la Ley Aduanera como la salida permanente de mercancías. Por otro lado, la exportación temporal es la salida de mercancías del territorio para retornar posteriormente al país.



1.2 ¿POR QUÉ EXPORTAR?

En su nivel más fundamental, los individuos y las empresas deciden exportar debido a que existe una demanda de sus productos en un mercado extranjero. Esta demanda existe por una de dos razones; la primera, porque los productores nacionales poseen una mayor eficiencia en la producción de un bien que los del país extranjero, reduciendo el precio del bien para el consumidor final. La segunda razón es que los consumidores buscan una mayor variedad y calidad en los bienes que consumen. Motivo por el cual, un comprador puede elegir adquirir un producto extranjero sobre uno nacional de un precio similar, pero con diferencias y características significativas en el contenido.

Bajo este esquema, la mayoría de los países se han vuelto interdependientes en la economía globalizada de hoy en día, dando paso a la obsolescencia del modelo de economías “autosuficientes”. De ahí la razón de que se estén formando bloques económicos por medio de tratados de libre comercio y mercados comunes.

Esto abre para las empresas una amplia gama de oportunidades a través de la exportación; sin embargo, es importante que estén atentas a los cambios en los mercados. La tecnología les ofrece la posibilidad de conocer, de manera inmediata, el comportamiento de las variables económicas de los diferentes países y de sus consumidores, así como sus requerimientos, lo cual posibilita responder de manera efectiva y expedita a sus necesidades.

VENTAJAS EMPRESARIALES DE LA EXPORTACIÓN



- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa.



- Mayor estabilidad financiera de las empresas por flujos en otras divisas.



- Mejor aprovechamiento de la capacidad instalada de producción.



- Aumento de ingresos por mayores volúmenes de venta.



- Acceso y diversificación a nuevos mercados.

- Involucrar a toda la organización en el proceso de exportación, esto es producción y ventas.
- Realizar un adecuado análisis financiero, de manera que la exportación sea el negocio esperado.
- Cumplir con las certificaciones, como es el caso de ISO para procesos o Halal para productos.
- Estar atento y realizar los cambios que el proceso logístico exige, por ejemplo el transporte.
- Contar con esquemas de promoción adecuados al mercado, principalmente presencia en internet, con página web en varios idiomas.
- Innovar a través del comercio electrónico.
- Aplicar los términos de negociación y contratos usados en el comercio internacional.

1.3 RECOMENDACIONES PARA EL FUTURO EXPORTADOR

El futuro exportador habrá de considerar los siguientes elementos fundamentales que forman parte de cualquier negocio que pretenda establecer relaciones de largo plazo y generar utilidades:

- Conocer el proceso productivo.
- Conocer el marco legal aplicable al producto que pretende exportar.
- Cumplir con exactitud todo lo que se pacte en materia de precio, calidad, tiempo de entrega, remisión de documentos y forma de pago, entre otros.
- Cuidar que las muestras sean representativas del producto que se va a exportar. (Es un error remitir las mejores piezas si no son representativas del embarque).
- Dar flexibilidad y rapidez a la toma de decisiones, mantener comunicación constante con el cliente, y ofrecer los servicios de posventa.



1.4 ERRORES MÁS COMUNES DE LOS EXPORTADORES

- Entrada a la actividad de exportación por casualidad, no por estrategia.
- Diferencia entre la calidad de las muestras y la calidad de los productos.
- Trabajar con suposiciones.
- Desconocer la cultura de negocios del extranjero.
- Cotizar sin tener cuenta del detalle.
- Hacer caso omiso de todos los imprevistos que puedan afectar una entrega a tiempo.
- No tomar en cuenta el tiempo empleado en la curva de aprendizaje.
- Olvidar registrar por escrito y con firmas todos los acuerdos que se tienen con el intermediario o cliente, especialmente las aprobaciones de especificaciones, materiales, muestras de confirmación, movimientos de fechas de entrega, etc.
- Un inadecuado manejo del aspecto de exclusividad.
- No tener en cuenta que el sistema de calidad debe ser de carácter preventivo y no correctivo.
- Completar pedidos con saldos.
- Desconocimiento de las condiciones climatológicas durante el transporte.
- No contar con una estrategia de precio para la exportación.
- No marcar claramente los límites entre las actividades de fabricación y las de comercialización en la exportación.
- Contar con un solo cliente en el exterior.
- Dependencia excesiva del diseño y desarrollo del producto por el cliente
- No hacer investigación sobre las tendencias de moda.
- Falta de apoyo a las inspecciones de calidad de producto y proceso.
- Falta de disciplina en la homogeneización adecuada de estilos.
- No dimensionar los compromisos.
- No verificar si en el país o países en los que incursionará, están registradas las marcas o denominaciones y representaciones gráficas que utiliza en sus productos.



2. ESTABLECIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA DE TOMA DE DECISIONES



2.1 DETERMINAR EL PRODUCTO

El primer paso para empezar a exportar es identificar el producto que se venderá en los mercados extranjeros.

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

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

Volumen solicitado por el cliente.

Calidad del producto requerido en el mercado de destino.

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

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

Servicio **posventa** requerido.

2.2 DETERMINAR EL MERCADO

Después de seleccionar el producto que se desea exportar, es necesario analizar el posible mercado destino. Se recomienda explorar primero, a los mercados que ofrecen ventajas arancelarias, y después a, los mercados naturales geográficamente para minimizar los costos de transporte .

Para aquellos que busquen exportar por primera vez es preferible no dispersarse, elegir las mejores perspectivas de venta y los menores riesgos comerciales, así como aquellos que exijan menores costos para iniciar.

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

Por ejemplo, si el producto determinado fuera el aguacate, los mercados a los que se debería pensar exportar, según el Export Potential Map, serían Estados Unidos, Canadá, Países Bajos, Francia y Alemania como lo ilustra la Figura 1.

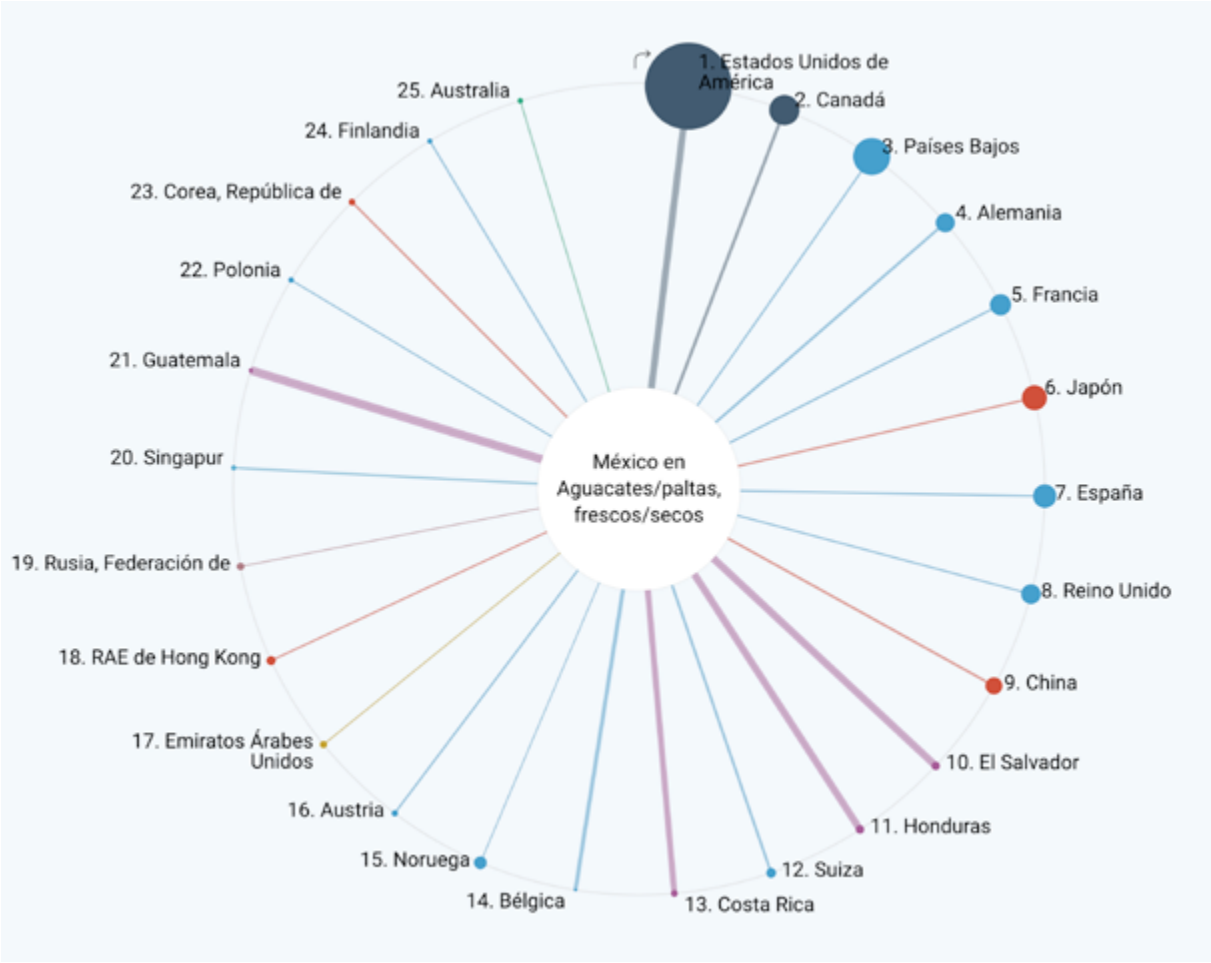


Fig. 1 Export Potential Map, ITC Export Potential Map.

Una vez determinado el producto y el mercado al que se desea exportar, se pasa a la etapa de investigación del mercado.

La investigación debe abarcar un análisis de las condiciones económicas, políticas, legales, socio-culturales y de mercado del país destino. Las situaciones y consideraciones que pueden surgir para cada producto y cada país son varias. Sin embargo, algunas preguntas esenciales de este tipo son:



Económicas	Políticas	Legales	Socio-culturales	De mercado
¿Qué nivel de ingresos promedio poseen los consumidores del país objetivo? ¿El Producto Interno Bruto (PIB) está creciendo o se encuentra en recesión? ¿La moneda del país es estable en comparación al peso mexicano (MXN)?	¿Existe representación consular de México en el que pueda asistirme? ¿Hay alguna disputa política entre el país de destino y México que ponga en riesgo las relaciones comerciales entre ambos? ¿Se encuentra bajo algún tipo de embargo o sanción económica el país objetivo?	¿Qué restricciones ambientales existen para el empaquetado del producto? ¿Cuáles son los requerimientos fitosanitarios para la comercialización de bienes comestibles? ¿Están prohibidos en el país de destino el o los productos que deseo exportar?	¿El producto se puede adaptar a las preferencias y gustos de los consumidores locales? ¿Qué percepción de México y de los productos mexicanos tienen los compradores?	¿Cuál es la demanda del producto en el país objetivo? ¿Qué tan fácil es competir con las otras marcas del mismo producto? ¿Cuáles serían los costos de transporte, logística y distribución del producto?

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



2.3 REGULACIONES ARANCELARIAS

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



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



Específico: en términos monetarios por unidad de medida.



Mixto: es una combinación de los anteriores

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La clasificación arancelaria es el orden sistemático-uniforme de todas las mercancías en una nomenclatura determinada en la que a cada mercancía se le identifica a través de un código numérico general que significa lo mismo en la mayoría de las aduanas del mundo.

Las mercancías, sin excepción alguna, deben clasificarse arancelariamente al pasar por las aduanas, a fin de identificar qué tasa porcentual de arancel corresponde pagar.

Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional se clasifican con base en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).

Gracias a este sistema, las mercancías se codifican de forma idéntica a nivel de seis dígitos de manera homogénea en todos los países. Adicionalmente, cada país determina sus propias clasificaciones cuando se pasa al nivel de ocho dígitos, la cual se conoce como fracción arancelaria. Esta última clasificación es la máxima especificidad que puede tener un producto dentro del Sistema Armonizado y es la llave para que puedas conocer la mayoría de los trámites y procesos relacionados a tu producto.

Ejemplo de la clasificación arancelaria para el mezcal y el tequila:



22			
22	08		
22	08	90	
22	08	90	05
22	08	90	03

Por lo tanto, 2208.90.05 es la fracción arancelaria del mezcal y 2208.90.03 la del tequila.

Para determinar la Fracción arancelaria del producto puedes:

- Contactar a un [agente aduanal](#)
- Utilizar la [ventanilla única](#)
- Utilizar [herramientas de la SE](#)

TRATAMIENTO ARANCELARIO

Los países pueden otorgar diversos tratamientos arancelarios en función del país de origen de la mercancía, su pertenencia a la OMC y los tratados de libre comercio que estén vigentes.



Arancel general aplicable a todos los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC).



Arancel aplicable a mercancías originarias de países con trato preferencial, resultado de un tratado o acuerdo internacional.



Aranceles a las mercancías de países a los que se les ha impuesto una sanción.

ACCESO AL ARANCEL PREFERENCIAL EN MERCADOS ESPECÍFICOS

A enero de 2020, México contaba con ocho acuerdos de libre comercio bilaterales, siete acuerdos multilaterales y cinco acuerdos comerciales preferenciales. Este número de acuerdos, que en total suman veinte, confiere a México el status del país con más acuerdos comerciales en el mundo. Esta posición privilegiada del país le otorga a empresarios mexicanos y productores extranjeros en México la posibilidad de acceder a cientos de millones de consumidores alrededor del mundo. La presencia u ausencia de un acuerdo comercial entre México y el país de tu elección será definitorio en la decisión de exportar tu producto.



Alianza del pacífico

- Población: 226,074,801
- PIB: \$2,121 billones
- % del PIB global: 2.4%
- Exportaciones: \$615 billones
- % del comercio global: 3.2%



TLCUEM

- Población: 640,059,382
- PIB: \$19,974 billones
- % del PIB global: 22.9%
- Exportaciones: \$6,732 billones
- % del comercio global: 34.9%



T-MEC

- Población: 494,859,145
- PIB: \$24,440 billones
- % del PIB global: 28%
- Exportaciones: \$2,567 billones
- % del comercio global: 13.3%



TIPAT

- Población: 507,363,034
- PIB: \$11,262 billones
- % del PIB global: 12.9%
- Exportaciones: \$2,964 billones
- % del comercio global: 15.4%

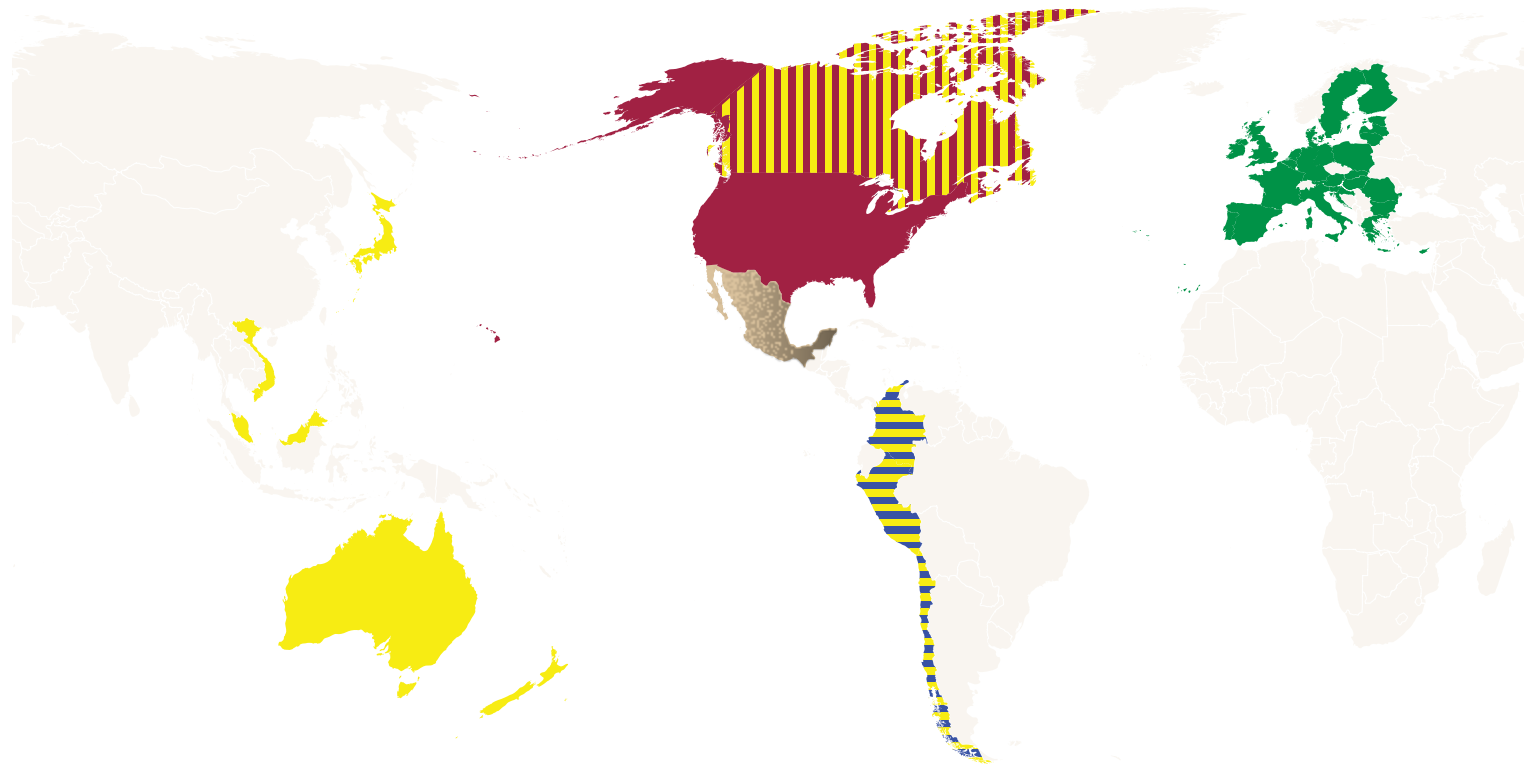


Fig. 2 Mapa de acuerdos.

13 TLC con

46

PAÍSES

32 APRIs con

33

países

9 Acuerdos de
Alcance limitado
en ALADI

ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES SUSCRITOS POR MÉXICO			
Acuerdo / Tratado	Países signatarios	Vigencia	
		Desde	Hasta
TLCAN	México, Estados Unidos y Canadá	01 de enero de 1994	Indefinida
TLC México Colombia	México, Colombia	02 de agosto de 2011	Indefinida
TLC México – Costa Rica	México y Costa Rica	01 de enero de 1995	Indefinida
TLC México – Nicaragua	México y Nicaragua	01 de julio de 1998	Indefinida
TLC México – Chile	México y Chile	01 de agosto de 1999	Indefinida
TLCUE	México y los países miembros de la Unión Europea	01 de julio de 2000	Indefinida
TLC México – Israel	México e Israel	01 de julio de 2000	Indefinida
TLC México – Israel	México, El Salvador, Guatemala y Honduras	14 de marzo de 2000 Con el salieron Guatemala y el Salvador, para Honduras se publicó el 01 junio 2001	Indefinida
Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Oriental del Uruguay	México - Uruguay	15 de julio de 2004	Indefinida
TLC México – Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	México, Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza	1 de octubre de 2001 1 de noviembre	Indefinida
TLC Único. Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	México, y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	Pendiente	Indefinida
Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica	México - Japón	01 de abril de 2005	Indefinida
Acuerdo de Integración Comercial México Perú	México, Perú	01 de febrero de 2012	Indefinida

ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES SUSCRITOS POR MÉXICO			
Acuerdo / Tratado	Países signatarios	Vigencia	
		Desde	Hasta
Acuerdo de Complementación Económica México Bolivia No. 66	México - Bolivia	07 de junio de 2010	Indefinida
ACE – 55	México – Mercosur (Sector Automotor) Primer protocolo adicional al Apéndice 1 del ACE 55 (México – Argentina)	A partir del 1/enero/2003, vigente Indefinida a partir del 28/mayo/2004	Hasta que sea sustituido por un acuerdo entre México y Mercosur
ACE – 53	México – Brasil Primer Protocolo Adicional (Solución de Controversias) Segundo Protocolo Adicional (Certificado de origencupos)	A partir del 2/mayo/2003 Indefinida a partir de/200?? A partir del 2/may./2003, en forma conjunta con el ACE No. 53	Hasta que sea sustituido por un acuerdo entre México y Mercosur
ALADI – ACE 6	México y Argentina	01 de junio de 2001	
ALADI – ACE 5	México – Uruguay	29 de diciembre de 1999 En vigor	Prorrogado al 31 de diciembre de 2000 01-marzo-2001
ALADI – APP 9, Automotriz	México y Brasil		27 de julio de 2000
ALADI – APP 29	México y Ecuador		Indefinida
ALADI – APP 29	México y Paraguay		Prorrogado
AAP	México y Panamá		Prorrogado al 23 de abril de 2001
ACE - 51	México y Cuba		Prorrogado al 27 de mayo del 2002
APP, C/5, Química	México y Uruguay		Prorrogado al 31 de diciembre del 2000

ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES SUSCRITOS POR MÉXICO			
Acuerdo / Tratado	Países signatarios	Vigencia	
		Desde	Hasta
APP, C/13, Fonográfica	México y Uruguay		Prorrogado al 31 de diciembre del 2000
APP, C/18, Fotográfica	México y Uruguay		Prorrogado al 31 de diciembre del 2000
APP, C/19, Electrónica	México y Uruguay		Prorrogado al 31 de diciembre del 2000
ALADI – APERTURA DE MERCADOS	México, Ecuador y Paraguay		Indefinida
ALADI – AAP 4 (PAR)	México, Argentina, Brasil, Cuba, Ecuador, Paraguay y Uruguay		Indefinida

Fig. 3 Acuerdos comerciales suscritos por México

TRATADOS QUE NO HAN ENTRADO EN VIGOR	
Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (TMEC)	01/07/2020
Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP)	30/12/2018
Modernización del Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea* y México (TLCUEM)	NA
** Reino Unido ya no forma parte de la Unión Europea, sin embargo los acuerdos que suscribió como parte del bloque con México serán válidos hasta el 1º de enero de 2021.	

Fig. 4 Tratados que no han entrado en vigor



ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES			
Países u Órganos Signatarios	Nombre	Fecha de Firma	Fecha de entrada en vigor
Finlandia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Finlandia para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones	2/22/99	8/20/00
Países Bajos	Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de los Países Bajos	5/13/98	10/1/99
Portugal	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Portuguesa sobre la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11/11/99	9/4/00
Australia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de Australia para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	8/23/05	7/21/07
Suiza	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la Confederación Suiza para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	7/10/95	3/14/96
Alemania	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Federal de Alemania sobre la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	8/25/98	02/23/01
Francia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Francesa para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11/12/98	10/11/00
Italia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Italiana para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11/24/99	12/4/02
Argentina	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Argentina para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11/13/96	7/22/98
Austria	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Austria sobre la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	29/06/98	3/26/01
Corea del Sur	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Corea para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11/14/00	06/07/02
Cuba	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Cuba para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	5/30/01	3/29/02
España	Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de España	10/10/06	4/3/08

ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES			
Países u Órganos Signatarios	Nombre	Fecha de Firma	Fecha de entrada en vigor
Grecia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Helénica para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.	11/30/00	9/27/02
Suecia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno del Reino de Suecia para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.	10/3/00	7/1/01
Uruguay	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Oriental del Uruguay para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.	6/30/99	7/1/02
Unión Belgo-Luxemburguesa	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la Unión Económica Belgo-Luxemburguesa sobre la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.	8/27/98	3/18/03
Islandia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Islandia para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.	6/24/05	4/28/06
Panamá	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Panamá para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.	10/11/05	12/14/06
Trinidad y Tobago	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Trinidad y Tobago para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.	10/3/06	9/16/07
Reino Unido	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	5/12/06	7/25/07
República Eslovaca	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Eslovaca para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	10/26/07	4/8/09
Dinamarca	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno del Reino de Dinamarca para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	4/13/00	9/24/00
República Checa	Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Checa para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	4/4/02	3/14/04
China	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular China para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	7/11/08	6/6/09
Bielorrusia	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Belarús para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	9/4/08	8/27/09

ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES			
Países u Órganos Signatarios	Nombre	Fecha de Firma	Fecha de entrada en vigor
Singapur	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Singapur para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11/12/09	4/3/11
Bahréin	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno del Reino de Bahréin para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	11/29/12	7/30/14
Turquía	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Turquía para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	12/17/13	12/17/17
Kuwait	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno del Estado de Kuwait para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	2/22/13	4/28/16
Emiratos Árabes Unidos	Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones	1/19/16	1/25/18

Fig. 5 Acuerdos de promoción y protección recíproca de

REGLAS DE ORIGEN

En el comercio internacional es básico tener presente el origen de la mercancía que se exporta o se importa porque permite identificar aquellas que son susceptibles a un trato arancelario preferencial y que las preferencias arancelarias se otorguen a bienes producidos en los países miembros y no a los elaborados en otros países.

Las principales formas de acreditar el origen de un bien exportado son:



- **Totalmente originario.**



- **Valor de contenido regional:** le permite al exportador determinar el valor de los insumos que se incorporaron de la región en el producto final de exportación y determinar si el bien puede considerarse como regional y, por lo tanto, susceptible de trato preferencial.



- **De mínimos:** cuando se tienen insumos no originarios que no permiten el salto arancelario, se puede recurrir al “de mínimos”, conforme al cual el producto se considera originario siempre que el valor de los insumos no originarios representen, en general, menos del 7% u 8% del valor del producto, dependiendo del TLC.



- **Salto arancelario:** este criterio se emplea cuando los materiales con los que se fabrica un bien han sido importados de otro país que no es miembro del tratado.

CERTIFICADO DE ORIGEN

Se manifiesta que un producto es originario del país y puede gozar del tratado preferencial arancelario. Este documento es tramitado por la **Secretaría de Economía**.

Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias (SGP)

Es una concesión no recíproca para las naciones en desarrollo con tarifas arancelarias preferenciales.

- México es beneficiario.
- Los mercados a los que se pueden ingresar los productos mexicanos de forma preferencial son Bielorrusia, Japón, Nueva Zelanda, Canadá, Turquía y Rusia.
- Hay una lista de productos y países. Los productos que se excluyen en el SGP son usualmente los que se percibe que podrían perjudicar a la industria nacional de los países receptores.

OTROS CERTIFICADOS DE ORIGEN:

De artículos mexicanos

Este documento certifica el origen mexicano de las mercancías cuando hay un requerimiento no arancelario de ciertos países con los que México no tiene acuerdos o tratados. Este documento es tramitado por Cámaras Empresariales y la **Secretaría de Economía**.

Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC)

Lo exigen algunos países como Egipto, Libia, Corea, Filipinas, etc. El documento es expedido por la [Secretaría de Economía](#).

2.4 REGULACIONES Y RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS

Las regulaciones no arancelarias son medidas de los gobiernos para controlar el flujo de mercancía. Las razones usualmente son para proteger la planta productiva y la economía nacional; preservar los bienes de cada país respecto al medio ambiente, salud, sanidad animal y vegetal; y para asegurar a los consumidores calidad de las mercancías. La mayoría de los trámites y documentación que realices con entidades de gobierno se encuentra en esta parte del proceso de exportación.

Las regulaciones no arancelarias se dividen en dos clases: las **cuantitativas** y las **cualitativas**.



REGULACIONES NO ARANCELARIAS CUANTITATIVAS

Se aplican a cantidades de productos que se permiten importar a un país, o establecer contribuciones cuantificables a las que se sujetan esas mercancías distintas del arancel.

Permisos de exportación e importación

Los permisos previos tienen la finalidad de restringir la importación o la exportación de ciertas mercancías, por razones de seguridad nacional, sanitarias o protección de la planta productiva, entre otras. Estos permisos son expedidos por la Secretaría de Economía.

Cupos

Los cupos son montos de mercancías que pueden ser importadas o exportadas. Cada país puede fijar el monto que puede ingresar a su territorio, así como su vigencia y su tasa arancelaria.

Medidas contra prácticas desleales

Estas medidas están destinadas a contrarrestar los posibles daños a la planta productiva nacional atribuibles a los precios bajos con los que ingresan las mercancías a un país.

REGULACIONES NO ARANCELARIAS CUALITATIVAS

Estas regulaciones tienen que ver con el producto y/o sus accesorios (empaquetado, envase, embalaje, etc), sin importar la cantidad. Ejemplos de estas normas son:



Regulaciones de etiquetado

Las normas de etiquetado inciden en la mayoría de las mercancías que se importan o se exportan. La etiqueta no solo sirve para que el consumidor conozca la marca de producto, sino también el país de origen, quien lo produce, cantidad, ingredientes, etc.

La información debe presentarse en el idioma del país importador, con un tamaño de letra según se establezca en las regulaciones de cada país. Asimismo, habrá que tomar en cuenta las regulaciones adicionales de los estados o provincias.

Regulaciones de envase y embalaje

Se puede entender por envase al envoltente que se utiliza para proteger el producto y para presentarlo al consumidor, tales como cajas, frascos, etc. Las regulaciones de envase tienen que ver con la calidad de los materiales usados en la fabricación del envase, niveles de resistencia, forma de presentación de la información del producto y para los productos alimenticios verifica la no existencia de sustancias nocivas para la salud.

Marcado de país de origen

Para identificar el país de origen de los productos que se importan, los países importadores emiten reglas de marcado de país de origen. Estas reglas se traducen en la utilización de marcas físicas que deben tener las mercancías en el momento de su importación, tales como marbetes, etiquetas, etc., mismas que deberán estar visibles, legibles e indicar el país de origen.

Regulaciones sanitarias

Estas regulaciones forman parte de las medidas que la mayoría de los países han establecido a fin de proteger la vida y la salud humana, animal y vegetal, contra riesgos como:

- La introducción y propagación de plagas y enfermedades en animales y planta.
- La presencia de aditivos contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades en su territorio.
- La entidad reguladora puede establecer normas sanitarias a los métodos o procesos de producción de un producto. A lo anterior se le conoce como Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Normas técnicas

Las normas técnicas establecidas en cada país especifican las características y propiedades técnicas, así como, métodos de manufactura que debe cumplir una mercancía para un mercado específico. Con estas normas se garantiza a los consumidores que los productos que adquieren cuentan con la calidad, la seguridad, y métodos de fabricación adecuados para proporcionarles la utilidad buscada.

Para cada mercancía puede haber una o varias normas. Sin embargo, se distinguen las que condicionan una o varias de las características siguientes:

- Durabilidad
- Dimensiones
- Resistencia
- Inflamabilidad
- Toxicidad
- Seguridad en el uso

Normas de calidad

Existen normas internacionales de calidad destinadas a asegurar que las mercancías cumplan con requisitos mínimos de durabilidad y funcionamiento.

Aunque cada mercado tiene sus propias normas de calidad para cada producto, muchos países desarrollados, sobre todo los europeos, tienden a adoptar normas estandarizadas. Esto significa que cada país tendrá en el futuro cercano normas comunes aceptadas internacionalmente. Por ejemplo, la ISO 9000, que es una norma de calidad para la comercialización de productos.

¿Cuáles son las características y objetivos principales de la ISO?

En el ámbito mundial existen diferentes normas que tienden a establecer un sistema de aseguramiento de la calidad en donde las más conocidas y aceptadas en la mayoría de los países son aquellas que ha establecido la International Organization for Standardization (ISO).

La ISO es una organización internacional dedicada a la elaboración de normas que abarcan todos los campos técnicos en diferentes sectores, incluyendo a los proveedores de servicios. Esta organización cuenta con un sistema que denomina Sistema de Administración ISO, que incluye las familias de normas ISO 9000 e ISO 14000, las cuales se han constituido como el lenguaje internacional de las operaciones empresa-empresa.

Es importante señalar que la ISO no realiza actividades en el campo de la certificación, ya que para ello existen en los diferentes países organismos autorizados para emitir certificados de cumplimiento de este conjunto de normas.

La ISO ha trabajado en la determinación de normas internacionales sobre sistemas de administración ambiental. Estas normas establecen los pasos que deben seguir las empresas para cumplir con los criterios internacionalmente aceptados de manejo ambiental.



3. EJECUCIÓN DE TRANSACCIONES Y TRÁMITES



3.1 DOCUMENTOS Y TRÁMITES DE EXPORTACIÓN

Para poder exportar es necesario que la mercancía cumpla con los documentos necesarios para poder ingresar al país al que se exportar. De nada sirve realizar correctamente la venta si la mercancía es detenida indefinidamente en la aduana por errores documentales. A continuación, se muestran los requisitos y documentos que deben contar los exportadores, así como los actores que intervienen en algunas de las fases del proceso de exportación.

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (RFC)

En México, es necesario contar con el RFC para poder facturar electrónicamente, solicitar certificados, realizar trámites necesarios para la exportación, etc.

El trámite para inscribirse en el RFC inicia por internet en la página de [SAT](#), ahí se llena una pre-solicitud y se indican los documentos a presentar en la Administración Local de Asistencia al Contribuyente del Servicio de Administración Tributaria.

PADRÓN DE EXPORTADORES

Las personas físicas o morales que exporten están obligados a registrarse en el padrón sectorial de exportadores a cargo de la Administración General de Aduanas del SAT. Para registrarse es necesario contar con su RFC y llenar un formato que se presenta en cualquiera de las Administraciones Locales de Servicios al Contribuyente (ALSC) o en la Administración Central de Identificación del Contribuyente (ACIC).

PROPIEDAD INTELECTUAL

En el comercio internacional resulta necesario proteger los derechos de propiedad intelectual e industrial, ya que son susceptibles de plagio, lo cual deteriora la imagen de la empresa y producto.

Para evitar estas prácticas, los países cuentan con tratados, leyes y organismos para su protección. En México, el [Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial \(IMPI\)](#), lleva el registro de patentes, diseño industrial, marcas, nombres y avisos comerciales

REGISTRO EN EL DIRECTORIO DIGITAL DE EXPORTADORES

Mediante el registro en el Directorio Digital de Exportadores de la Unidad de Inteligencia Económica Global de la Secretaría de Economía, las empresas mexicanas proporcionan información que es utilizada como una opción para la promoción de sus productos con oferta exportable, demandados en el mercado internacional. Ingreso al [Formulario de registro en el Directorio Digital de Exportadores](#).

REGISTRO EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM) ANTE LA CÁMARA CORRESPONDIENTE.



La Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, prevé que entre los fines u objetivos de las confederaciones está la de establecer relaciones de colaboración con instituciones afines del extranjero; el SIEM tiene como propósito, entre otros, la identificación de oportunidades comerciales y de negocios para los empresarios y cualquier individuo nacional y extranjero, por lo que SIEM integra la información de los establecimientos desde una perspectiva de promoción, en donde podrás encontrar clientes y proveedores para el desarrollo de tu negocio.

AUTORIZACIÓN DE USO DE LA MARCA “HECHO EN MÉXICO”.

La Secretaría de Economía es titular del registro marcario “HECHO EN MÉXICO” y diseño. Este signo distintivo permite al gobierno federal establecer mecanismos de promoción de los productos nacionales.

El propósito es incentivar a los productores a hacer uso de este emblema y que a su vez les genere un beneficio, y que el consumidor cuente con la certeza y garantía de los productos que adquiera.

Para utilizar la marca “HECHO EN MÉXICO”, se debe cumplir con los siguientes supuestos:

- Que el bien sea obtenido en su totalidad o producido enteramente en México;
- Que el bien sea producido exclusivamente a partir de materiales que califican como originarios;
- Que el bien sea elaborado con bienes no originarios, pero que resulta de un proceso de producción en México, de tal forma que el bien se clasifique en una subpartida diferente a la de los bienes no originarios según el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías;
- Que el valor de transacción de los materiales no originarios no exceda del porcentaje establecido para cada sector respecto del valor de la transacción de la mercancía.

El proceso de certificación se puede realizar contactando un Organismo de Certificación acreditado y autorizado, la información se puede consultar en Sistema Integral de Normas y Evaluación de la Conformidad (SINEC) de la Secretaría de Economía.



3.2 PROCESO DE EXPORTACIÓN

Una vez que ya ha vendido el producto, hay que concretar la exportación en las siguientes etapas:



- Preparar el embarque.



- Realizar el proceso de transporte y contratar un seguro que ampare las mercancías.



- Proceso de despacho aduanal.

PREPARAR EL EMBARQUE

Dependiendo del término de venta, el exportador debe:

- Tramitar una factura al cliente
- Preparar la mercancía considerando el embalaje
- Identificar los productos que se van a enviar en el embarque mediante una lista de empaque
- Contactar al transportista
- Contratar el seguro que ampare las mercancías

PROCESO DE TRANSPORTE Y SEGURO

Para tener mejores márgenes de utilidad y ser más competitivo, es indispensable efectuar un análisis del medio de transporte. Unas variables importantes de este análisis son los costos y la oportunidad en la entrega.

Para el transporte es necesario considerar todo el recorrido de la mercancía, de acuerdo con la negociación pactada. Con base en lo anterior, algunos medios que se utilizan son ferrocarril, camión, avión, barco o una combinación de estos.

Para elegir el transporte, es importante tomar en cuenta la manera en la que el cliente desea recibir su producto. Otro elemento por considerar es la confiabilidad de los almacenes o de los puertos por los que se transitará la mercancía.

Documentos de transporte

Estos documentos son expedidos por la empresa transportista que da constancia de que la mercancía se ha embarcado o se embarcará a un destino determinado; además, de la condición en que se encuentra la mercancía.

La información que contienen estos documentos es:

- Nombre y dirección del remitente.
- Nombre y dirección del destinatario.
- Mercancía que se transporta.
- Número de contenedores y/o cantidad de bultos.
- Lugar de origen-destino, entre otros.

El documento de transporte forma parte de los documentos que se envían al importador en el país de destino.

Seguros por el envío de carga

El seguro incluye una serie de coberturas para indemnizar al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías durante su transporte. Al

contratar a una aseguradora, es preferente que esté registrada en la [Comisión Nacional de Seguros y Finanzas](#).

Hay diferentes tipos de seguros y cada uno cubre distintos riesgos. Depende de qué tanto se desee abarcar, el cliente podrá elegir el seguro que mejor se adapte a sus necesidades.

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

La póliza de seguro puede ser contratada por embarque específico o por un tiempo determinado que ampare todas las operaciones en ese periodo.

Seguros sobre riesgos comerciales

En México, este seguro cubre los riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera del importador para cubrir sus deudas. Los tipos de insolvencia que cubre este seguro son los siguientes:

- **Insolvencia legal.** Ocurre cuando existe una declaración judicial de quiebra, suspensión de pago o algún acto jurídico similar, que impida el cobro del crédito.
- **Insolvencia de hecho.** Se presenta cuando el deudor se encuentra en una situación económica tal, que el ejercicio de una acción jurídica en su contra para recuperar el crédito resultaría inútil.
- **Mora prolongada.** Sucede cuando transcurren seis meses desde el vencimiento del crédito y este no se ha podido cobrar a pesar de las gestiones efectuadas. Este tipo de seguro se puede tramitar, de manera independiente a los otros, ante [Cesce México, S.A. de C.V.](#)



Seguro de responsabilidad civil

Un requisito para realizar operaciones comerciales en los mercados internacionales es la contratación de un seguro de responsabilidad civil, que cubre los daños, así como los perjuicios y el daño moral que el uso del producto comercializado pueda causar a terceros y por los que el asegurado deba responder, en apego a la legislación vigente a la materia. Tales daños pueden ser por hechos u omisiones no dolosos, ocurridos durante la vigencia de la póliza, que causen muerte, atent- en contra la salud o deterioren o destruyan bienes de terceros. El costo de este seguro debe incorporarse al precio de exportación o negociarlo con el cliente.

PROCESO DE DESPACHO ADUANAL

El despacho aduanero consiste en presentar físicamente la mercancía ante la autoridad aduanera junto con su documentación digitalizada.

Los exportadores pueden transmitir electrónicamente a la aduana el pedimento de exportación, acompañado con los diferentes documentos digitalizados que los apoyen, los cuales se escanean y se suben a la aplicación de la [Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior](#).

Finalmente, en el momento de presentar la mercancía ante las autoridades aduaneras, se acompaña de una impresión simplificada de pedimento con un código de barras, mismo que se escanea y con ello se muestra el pedimento y todos sus documentos adjuntos.

Aunque la Ley aduanera permite que el exportador transmita directamente su pedimento, también puede hacerlo a través de un agente aduanal. Los honorarios que éste aplica por sus servicios varían y suelen ser un porcentaje del valor de la mercancía de exportación.

Pedimento de exportaciones

El pedimento de exportación es una declaración fiscal porque de ella se pagan las contribuciones relacionadas con la exportación, que pueden ser:

- El impuesto General de Exportación (IGE).
- La prevalidación (PRV).
- Contraprestación para efectos de prevalidación (CNT).
- El Derecho de Trámite Aduanero (DTA).

Comprobante de valor electrónico (COVE)

Quienes exporten están obligados a transmitir, previo al despacho de la mercancía, la información relativa al valor y demás datos relacionados con la comercialización de las mercancías contenidos en la factura o documento equivalente.

Permisos o certificados exigidos a la exportación

Ciertas mercancías requieren cumplir regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, tales como permisos, certificados o autorización correspondiente.

- **Certificado fitosanitario** para productos de origen vegetal, productos y subproductos de origen animal. Este documento es expedido por la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) ó por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) por medio del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), según sea el caso y se destacan:
 - [Certificado fitosanitario para exportar o reexportar productos forestales.](#)
 - [Certificado fitosanitario internacional.](#)
 - [Certificado zoosanitario para exportación.](#)
- **Certificado sanitario** para bebidas, alimentos preparados, elaborados o enlatados, medicamentos, productos derivados de la sangre humana. Este documento es expedido por la Secretaría de Salud, a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), en los que destacan:
 - [Certificado exclusivo para exportación.](#)
 - [Certificado para exportación libre venta de alimentos, bebidas alcohólicas, no alcohólicas, entre otras.](#)
- **Certificado CITES de exportación** para ejemplares, partes y derivados de la vida silvestre protegidos por la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora. Este documento es expedido por la [SEMARNAT](#).

3.3 TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Actualmente, en las operaciones mundiales, prevalecen dos grupos de términos:

- Las Reglas Incoterms (International Commerce Terms), de la Cámara de Comercio Internacional (CCI).
- Las Definiciones Revisadas del Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD).

INCOTERMS

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

Las Reglas Incoterms fueron creadas por la Cámara de Comercio Internacional en 1936 y han tenido diversas actualizaciones en los años 1953 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010 y la más reciente en el 2020. La CCI recomienda que cada vez que se utilicen los términos en el contrato de compraventa se indique la versión correspondiente.

Es importante resaltar que las Reglas Incoterms por sí mismas no: constituyen un contrato, reemplazan las leyes que rigen el contrato, definen las transferencias de título, ni atienden las condiciones de precio en efectivo o créditos.

Las Reglas Incoterms involucran 11 términos, que van desde las obligaciones más sencillas para el exportador, tales como dejar la mercancía en la fábrica para que el comprador la recoja, hasta compromisos más complicados, como la entrega de

la mercancía por parte del exportador, en la puerta del comprador. Para comprenderlos mejor se pueden agrupar en dos categorías:

- Reglas para cualquier modo o modos de transporte.
- Reglas para el transporte marítimo y fluvial.

CUALQUIER MEDIO DE TRANSPORTE	TRANSPORTE MARÍTIMO Y FLUVIAL
EXC Ex Works	FAS Free Alongside Ship
FCA Free Carrier	FOB Free on Board
CPT Carriage Paid To	CFR Cost and Freight
CIP Carriage and Insurance Paid	CIF Cost, Insurance and Freight
DAT Delivered At Terminal	
DAP Delivered At Place	
DDP Delivered Duty Paid	

Fig. 6 Medios de transporte



La primera clase identifica a siete términos (EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP y DDP), que pueden ser usados para cualquier medio de transporte o multimodal, esto se hará siempre y cuando el total del trayecto no sea marítimo, aunque pueden usarse cuando una parte es por esta vía.

La siguiente clase incluye cuatro términos (FAS, FOB, CFR y CIF), que se utilizan para transporte marítimo y fluvial. Para los términos FOB, CFR y CIF la entrega será a bordo del buque, lo que significa que el vendedor deje la mercancía en ese lugar y no el transportista, por lo que debe tomarse en cuenta que tratándose de mercancías a granel sí es posible llevarlo a cabo, pero en el caso de mercancía que va dentro de contenedor en raras ocasiones el vendedor directamente puede subir y descargar su contenedor en el buque, por lo que en esta situación el grado de responsabilidad del vendedor es muy alto, ya que no es él quien ejecuta la maniobra, en tal caso se recomienda utilizar FCA.

Para información más detallada sobre las Reglas Incoterms y las diferencias entre Incoterms 2010 y las Incoterms 2020, se sugiere consultar la página del [ICC](#).

Definiciones Revisadas de Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD, 1941)

Las Definiciones Revisadas de Comercio Exterior Norteamericano se establecieron en 1919 y su última actualización fue en 1941. No obstante que fueron derogadas en 1985, algunas empresas en Estados Unidos las siguen usando por costumbre. Las RAFTD no son de uso obligatorio; la validez se la dan las partes en el momento en que acuerdan sus derechos.

Salvo exigencia expresa del comprador, es recomendable que se evite usar cualquier otro término de negociación diferente a los Incoterms. En el siguiente cuadro se mencionan algunas diferencias entre las RAFTD y las Incoterms.

INCOTERMS	RAFTD
Ex works, incluye envase y embalaje de exportación.	Ex works, se debe negociar por separado la inclusión de envase y embalaje.
FOB (Free on Board), es solo para marítimo, a bordo de la embarcación, en el país de origen o exportación y en el puerto de salida. El vendedor está obligado a despachar la mercancía de exportación, esto incluye el pago de todos los trámites aduaneros e impuestos de exportación, los gastos de operaciones de verificación, tales como comprobación de calidad, medida, peso, recuento, necesarios para exportar, y el embalaje requerido para el transporte de mercancía.	FOB, es para cualquier medio de transporte (camión, avión, FC, barco), a bordo del transporte a punto convenido: FOB fábrica, FOB aeropuerto, FOB frontera del exportador entre otros, el comprador se obliga a pagar los gastos aduanales e impuestos de exportación. No se detalla quién paga embalaje especial ni gastos de operaciones, la verificación queda a cargo del vendedor.
CFR y CIF, es solo para transporte marítimo, a bordo de la embarcación, en el país de destino o de importación. Incluye el pago de todos los trámites aduaneros e impuestos de exportación por parte del vendedor.	C&F y CIF, se emplean para cualquier medio de transporte, implica entregar la mercancía en el país de destino; sin embargo, se aceptan también en el país del exportador. No se detalla el pago de gastos ni impuestos de exportación a cargo del vendedor.
FAS, solo para marítimo.	FAS, se emplea también para el transporte aéreo. No se detalla el pago de gastos ni impuestos de exportación a cargo del vendedor.
Última revisión en 2020.	Última revisión en 1941.
Vigentes	Derogados.
Internacionalmente aceptados.	Se usan en Estados Unidos por costumbre.
Son exactos.	Las partes los pueden modificar.
De aplicación en el pedimento de importación y exportación mexicanos.	Sin reconocimiento de la autoridad aduanera.

Fig. 7 Definiciones Revisadas de Comercio Exterior



3.4 FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL

En el comercio internacional se cuenta con varias formas

para realizar o recibir los pagos de las mercancías. De manera

general, algunas de ellas son las siguientes, clasificadas por su

nivel de seguridad:

- Bajo: cheque y giro bancario.
- Medio: orden de pago de cobranza bancaria internacional.
- Alto: carta de crédito.

Es indispensable negociar y dejar claramente establecido en los contratos o convenios celebrados, quién y cómo cubrirán los gastos, y las comisiones de los bancos que intervengan en la instrumentación de la forma de pago elegida.

PAGO EN EFECTIVO



Este medio es simple y recurrente en ferias o exposiciones comerciales en los que se permita vender la mercancía.

CHEQUES



No es raro que en algunas operaciones de comercio internacional se convenga en que los pagos se efectúen con cheques, porque se tiene confianza de que se cobrará sin dificultad.

Las personas físicas o morales que reciben cheques con cargo a bancos establecidos en el extranjero difícilmente podrán estar seguras de sí la cuenta que los respalda existe o tiene fondos suficientes, o bien, si quien firma el documento está autorizado para hacerlo. Para ello existe la figura de “cheque certificado” (conocido en México como cheque de caja), en la que el banco emite un cheque y asegura que existen fondos y quien firma es el autorizado.

ÓRDENES DE PAGO



La orden de pago interbancaria es una operación de transferencia de fondos que efectúa un banco emisor local a un extranjero, bajo las órdenes de un cliente (ordenante), quien compra una “orden de pago”, a favor de una persona física o moral de un banco en el extranjero (beneficiario)

GIROS



Los giros se compran en muchos lugares; por ejemplo, en las oficinas de correos, bancos, instituciones financieras autorizadas, supermercados o sucursales de Western Union, MoneyGram, Telecom, etc. El usuario compra la orden de pago y le da al banco o institución financiera la cantidad de recursos a transferir, sea efectivo, tarjeta de débito, tarjetas de crédito o cheques.

Después de pagar la orden de pago hay que llenarla. Si se dejan espacios en blanco cualquiera la puede cobrar, así que hay que ser muy cuidadoso. Con esa información, el banco o institución ordenante transmitirá al banco o institución pagadora el mensaje respectivo para que se abonen los fondos en la cuenta del beneficiario, o para que se presente el beneficiario a recoger lo depositado.

Al igual que en el caso de la orden de pago bancario, lo más aconsejable es que el exportador no embarque la mercancía hasta que no verifique que los fondos respectivos estén acreditados en su cuenta o se le han pagado.

CARTA DE CRÉDITO



Una carta de crédito es un documento expedido por un banco, en donde afirma su compromiso de pagar a alguien una cantidad exacta de dinero, por cuenta de un comprador, siempre y cuando el vendedor cumpla con los términos y condiciones específicas.

Por la importancia y trascendencia del tema, la Cámara de Comercio Internacional realizó una compilación de reglas de aplicación internacional, conocidas mundialmente como Reglas y Usos Uniformes Relativos a los Créditos Documentarios.

Es conveniente señalar que las cartas son, por su propia naturaleza, operaciones independientes de los contratos en los que puedan estar basadas, y a los bancos no les afecta ni están vinculados por tales contratos. En consecuencia, no es necesario citar en una carta de crédito la referencia de un contrato en particular. Sin embargo, es muy importante que en las cláusulas del contrato se estipulen los términos y condiciones que hayan convenido las partes contratantes para la operación del crédito.



3.5 CONTRATOS INTERNACIONALES

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

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

- De promesa de compra o de venta, que son instrumentos preparatorios a la operación de compraventa, que pretenden generar la obligación de una parte de comprar o vender un determinado bien o bienes, caracterizados y definidos, a un precio determinado.
- De compraventa, que pretende una sola transacción.
- De suministro (modalidad del contrato de compraventa), que puede incluir entregas repetidas de un producto, en el marco de un solo contrato.
- De distribución, de comisión o agencia mercantil.
- De licencia para el uso o explotación de una marca o tecnología determinada.
- De prestación de servicios.
- De franquicia de exportación.

Para regular el contrato de compraventa internacional de mercaderías, en 1980 se aprobó la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías en la ciudad de Viena, Austria, razón por la cual le denomina Convención de Viena de 1980. México forma parte de esta convención internacional.

El objetivo principal de la Convención de Viena es el de establecer los principios generalmente aceptados que rigen en las negociaciones comerciales respecto a la compraventa internacional de mercaderías.

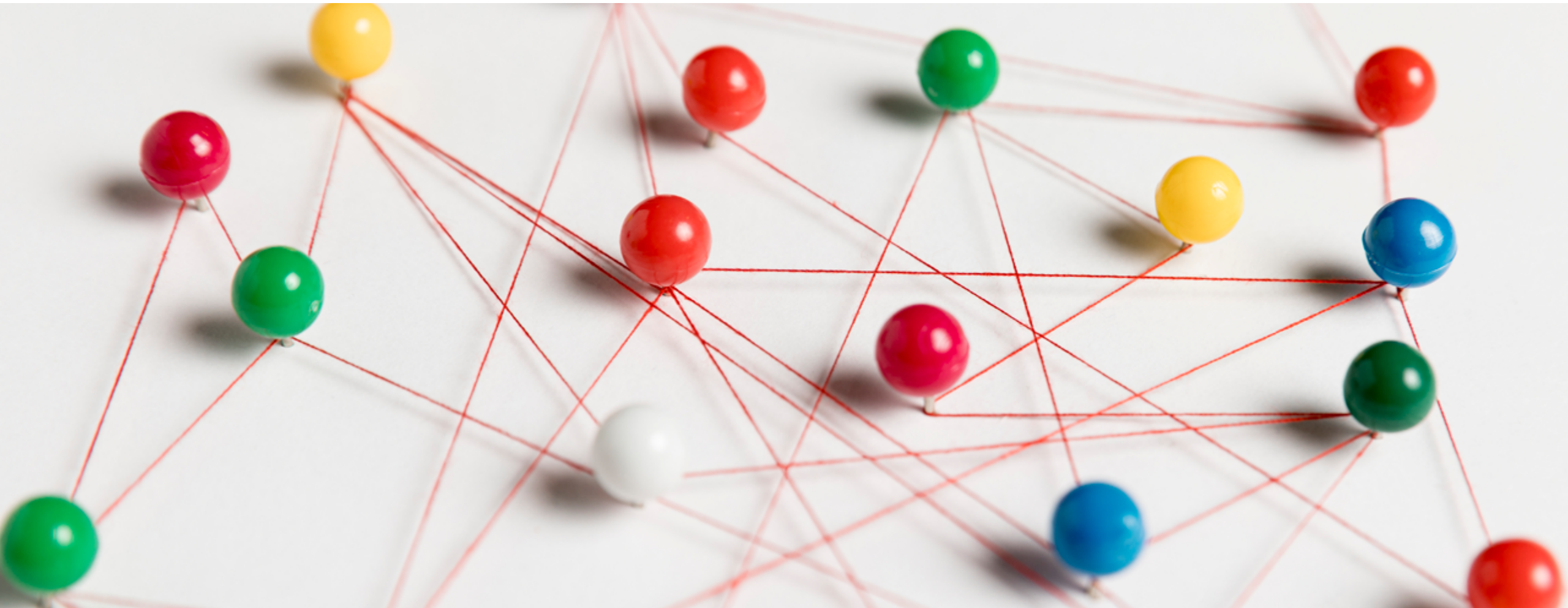
Antes de realizar una transacción comercial internacional, las partes deben negociar los términos y las condiciones contenidas en un contrato y consignarlos por escrito, ya que es importante considerar que existen cláusulas de mucha importancia y trascendencia que no se mencionan en otros documentos, como un pedido en firme, cartas de crédito, entre otros documentos.

Se debe considerar que el contrato internacional es el documento formal y jurídico que registrará paso a paso toda la operación comercial, además de los aspectos relativos al objeto del contrato, al precio de las mercancías, etc.; asimismo, se pueden incluir otros aspectos como la logística de la operación, los canales de comercialización, los mecanismos de promoción y la solución de controversias internacionales.

Enseguida se mencionan algunas cláusulas básicas requeridas:

- Objeto.
- Precio.
- Forma de pago.
- Envase y embalaje.
- Entrega de mercancía.
- Responsabilidad civil sobre el producto.
- Patentes y marcas.
- Impuestos.
- Cesión de derechos y obligaciones.
- Cláusula arbitral.

4. LIGAS DE INTERNET Y OTROS RECURSOS DE INTERÉS



4.1 DEL GOBIERNO DE MÉXICO

- **Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación**

- [Códigos del Sistema Armonizado y las fracciones arancelarias de México](#)

- **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)**

- [Correlación entre códigos del Sistema Armonizado y el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte](#)

- **Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)**

- [Protección de derechos de propiedad intelectual e industrial](#)

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

- [Contacto de Agentes Aduanales](#)

- **[Ventanilla Única \(VUCEM\)](#)**

- **Sistema de Información Arancelaria Vía Internet de la Secretaría de Economía (SIAVI)**

- [Herramienta de Indicadores de Comercio Exterior de México](#)

- **Trámites relacionados a las exportaciones**

- [Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias](#)
- [Certificados fitosanitarios](#)
- [Certificados sanitarios](#)
- [Certificado CITES de exportación](#)

- **Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)**

- [Registro de los empresarios al SIEM](#)

- **Directorio Digital de Exportadores UIEG-SE**

- [Formulario de registro en el Directorio Digital de Exportadores](#)

- **Marca Hecho en México**

- [Registro marcario “HECHO EN MÉXICO”](#)

- **Comisión Nacional de Seguros y Finanzas**

- [Aseguradoras registradas](#)

- **Cesce México, S.A. de C.V.**

- [Seguro de mora prolongada](#)

- **Mexico International Chamber of Commerce (ICC)**

- [Reglas INCOTERMS](#)

- **Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE)**

- [Portal de consulta de información del Gobierno de la República relacionado al Comercio Exterior](#)

4.2 DE ORGANIZACIONES EXTERNAS

- **Observatory of Economic Complexity**

- [Visualización de manera interactiva el comercio de México y otros países por producto e industria](#)

- **Export Potential Map**

- [Determinar los países específicos a los que el algoritmo del International Trade Center determina que México tiene oportunidad de exportar para cada producto individual.](#)

- **Trade Map**

- [Indicadores comerciales del mundo](#)

- [Market Price Information](#)

- **UN COMTRADE**

- [Indicadores de Comercio Exterior](#)

- **ePing de la OMC, ITC y Naciones Unidas.**

- [Medidas sanitarias o fitosanitarias \(MSF\) u obstáculos técnicos al comercio \(OTC\) en el marco de la OMC](#)

Unidad de Inteligencia Económica Global

Pachuca 189, 1er piso,
Col. Condesa, Cuahutémoc,
C.P. 06140, Ciudad de México
Tel. +52 (55) 5729 9100, ext. 13404,
11013, 11017, 15015

atencion.exportadores@economia.gob.mx
uieg@economia.gob.mx



ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

UIEG | UNIDAD DE
INTELIGENCIA
ECONÓMICA
GLOBAL