

ADMINISTRACIÓN INTERNACIONAL: EL PROCESO DE EXPORTACIÓN EN MÉXICO

Lic. Cornelio Zamudio Covarrubias

zamudio@uat.edu.mx

Luis Carlos Morales Hernández

luis_lcmh@hotmail.com

Daniel Vera Garay

leinad_ver@hotmail.com

Estudiantes de la carrera de Administración de la UAT.

Resumen: En la presente investigación se tratan temas relacionados con la exportación, mencionamos un poco de sus antecedentes, preguntas que se deben hacer antes de iniciar este proceso, aspectos del mercado meta que es necesario conocer, así como las principales figuras que intervienen en su ejecución.

Palabras clave: exportación, agente aduanal, mercado, transportista.

Abstract: The present research addresses issues related to export, we mentioned a little about your background, questions to ask before you begin this process, aspects of the target market that you need to know, and the main figures involved in its execution.

Keywords: export, broker, market, carrier.

Introducción

Desde la antigüedad las civilizaciones han practicado el intercambio de bienes y servicios para su uso o transformación y supervivencia, a esta actividad se le conoce como comercio. Uno de los grandes comerciantes del mundo antiguo fueron los Fenicios que realizaban sus operaciones a todo lo largo del mar Mediterráneo. Académicos señalan como el principal antecedente de la exportación el crecimiento de los pueblos y la necesidad de buscar satisfactores que estos no podían producir. Una exportación conlleva mucho más que trasladar las mercancías de un lugar a otro, es una serie de pasos que si no se cuenta con la información adecuada pueden resultar muy complicados. Las empresas que toman la decisión de exportar deben tener muy claro el motivo de esta, para poder lograr sus metas. La exportación es “una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente”. En la actualidad existen muchos organismos tanto nacionales como internacionales que ayudan a los exportadores a realizar sus operaciones entre estos tenemos la Organización Mundial de Comercio, Cámara de Comercio de México, el Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional, entre otros. La exportación es parte importante de la vida económica de México, en los últimos años ha tenido un gran crecimiento, en una tabla comparativa proporcionada por Indexmundi.com “ocupa el lugar número 14 en exportaciones con 303 millones de dólares; por otra parte Estados Unidos tiene el lugar tres con 1270 millones de dólares y Argentina se ubica en el lugar 41 con 68.5 millones de dólares”. Para hablar de un proceso de exportación se involucran algunos temas, que van desde la participación de un agente aduanal, el conocimiento de culturas sobre otros países, los bienes y servicios a exportar, la participación de las autoridades correspondientes, entre otras. Esta actividad también debe tomar en cuenta los aspectos necesarios como los económicos,

políticos, legales y logísticos. Al decidir exportar es recomendable diseñar una estrategia que nos permita ganar y llegar a nuestro propósito fundamental: introducirnos al mercado extranjero. Este diseño nos ayudara a esquivar los principales errores en una exportación como “falta de investigación de mercado, capacidad de producción no es capacidad de internalización, desconocimiento de la mecánica de exportación, falta de servicio post-venta, entre algunas mas.” Así como también nos servirá de guía en este mismo proceso, tenemos que ver si realmente existe un mercado para nuestro producto o servicio y sabernos dirigir a él. Se tiene que conocer cuales son sus ventajas y desventajas comparándose con la competencia tanto nacional como los extranjeros que también hay en ese mercado. En cada país la forma de exportar es diferente, cada uno cuenta con sus propias legislaciones, códigos y autoridades. También los plazos para el desaduanamiento de las mercancías cambian según el país donde se realicen los trámites. Los temas a tratar en la presente investigación son, en la sección dos algunas preguntas clave que se deben hacer al momento de exportar, en la sección tres veremos algunos aspectos importantes que se deben conocer como cultura, política, etc., en la sección cuatro hablaremos sobre los intermediarios que participan en este proceso como lo son el agente aduanal y transportistas y finalizaremos dando una conclusión y propuestas para realizar un proceso de exportación eficaz.

1. GLOBALIZACION

Se le llama así a un fenómeno social, económico y cultural el cual se ha venido a dar con el mejoramiento de las tecnologías de comunicación y de transporte y que supone una mayor interdependencia entre todas las naciones debido a las facilidades que suponen estas tecnologías.

1.1 ¿QUE ES UNA EXPORTACIÓN?

La exportación es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior.

1.2 IMPORTANCIA DE LA EXPORTACIÓN

- Mejora la balanza de pagos
- Incrementa la competitividad
- Mejora las cadenas productivas
- Incremento el empleo

1.3 RAZONES PARA EXPORTAR

ALGUNAS RAZONES PARA EXPORTAR SON:

- ❖ Responder a un pedido de compra el exterior.
- ❖ Buscar Nuevos mercados
- ❖ Obtener mayores ingresos

- ❖ Vender a mercaos en donde se pueda colocar mayores volúmenes.
- ❖ Incrementar el volumen de producción (alcanzar economías de escala)
- ❖ Aumentar la competitividad

1.4 ¿QUIENES PUEDEN EXPORTAR?

El Estado garantiza el derecho de toda persona natural o jurídica a realizar operaciones de comercio exterior sin prohibiciones ni restricciones de carácter para-arancelarias.

1.5 CONDICIONES PARA EXPORTAR

1.5.1 TENER ACCESO A INFORMACION SUFICIENTE Y OPORTUNA

Se debe conocer:

Tendencias de mercado

Cadenas de distribución

Procedimientos

Regulaciones

REALIZAR UN PLANEAMIENTO DE EXPORTACIÓN



1.6 CONSIDERACIONES PREVIAS PARA LA EXPORTACIÓN

- ☐ Estudio de mercaos exteriores
- ☐ Conocimiento de la demanda externa
- ☐ Condiciones de ingreso al extranjero
- ☐ Financiamiento
- ☐ Requerimientos de insumos adecuados
- ☐ Subcontratación de empresas de servicios o producción

- ☐ Estándares adecuados e calidad
- ☐ Embalaje
- ☐ Conservación del producto
- ☐ Presentación y Transporte

1.7 ERRORES AL EXPORTAR

Falta de capacidad de internacionalización.

No considerar las diferencias culturales

No considerar la estacionalidad del producto.

No realizar la investigación de mercado.

Seleccionar equivocadamente el mercado objetivo.

1.8 ¿A DONDE EXPORTAR?

- ✓ Mercados más cercanos
- ✓ Mercados grandes o en rápido crecimiento (económico, social)
- ✓ Mercados similares culturalmente
- ✓ Mercados donde la competencia es menos agresiva
- ✓ Mercados fácilmente accesibles

Inicie con los mercados donde pueda adquirir experiencia con el menor costo posible.

1.9 ¿QUÉ IMPLICA EXPORTAR?

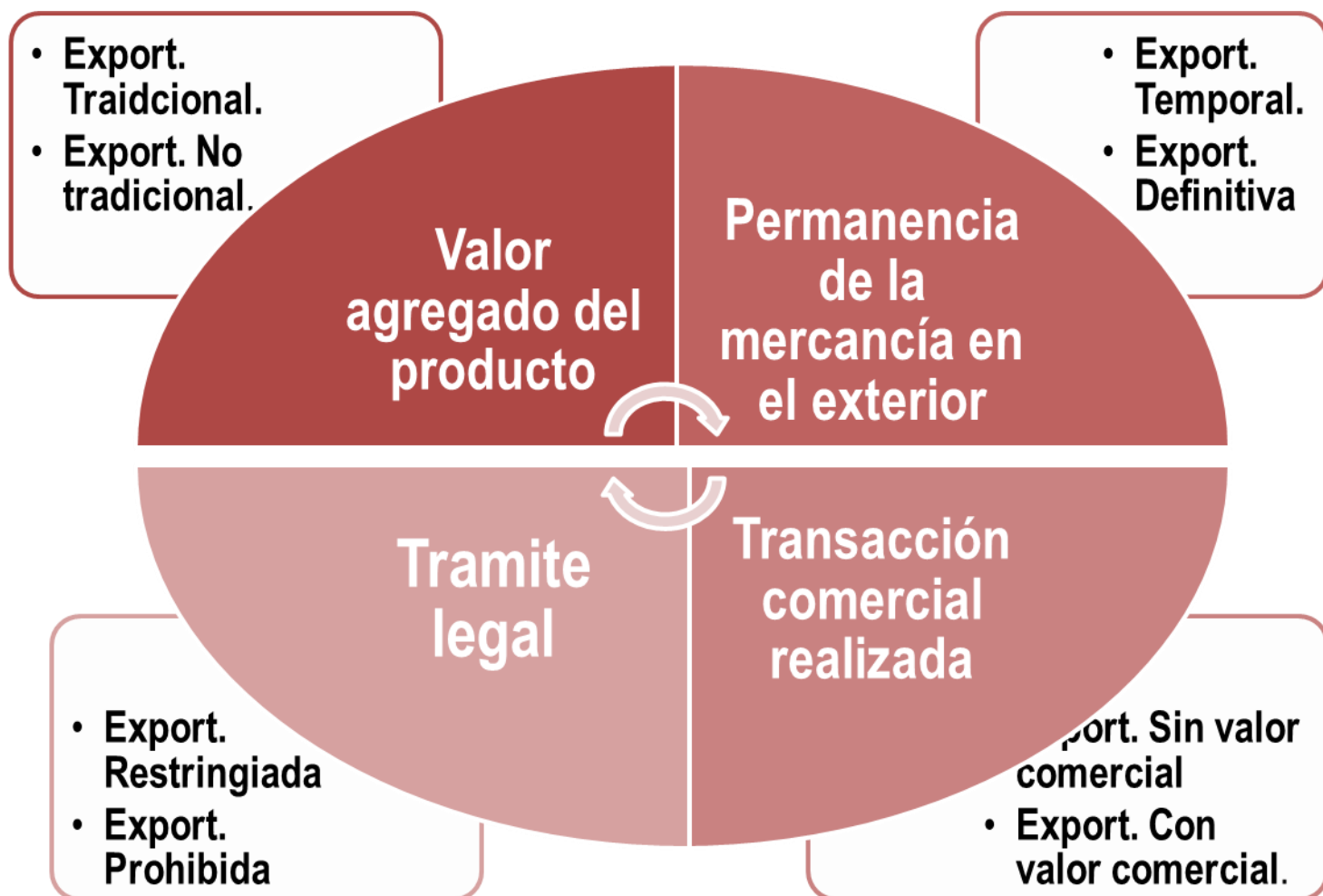
- Vender nuestros productos al exterior.
- Comprometerse en vender productos de calidad.
- Comprometerse en cumplir plazos y obligaciones.
- Tener en cuenta que se debe producir lo que se demanda.
- Contar con oferta exportable.

Recuerde que al exportar usted es la imagen de su país.

2. ¿QUE EXIGE EL MERCADO?



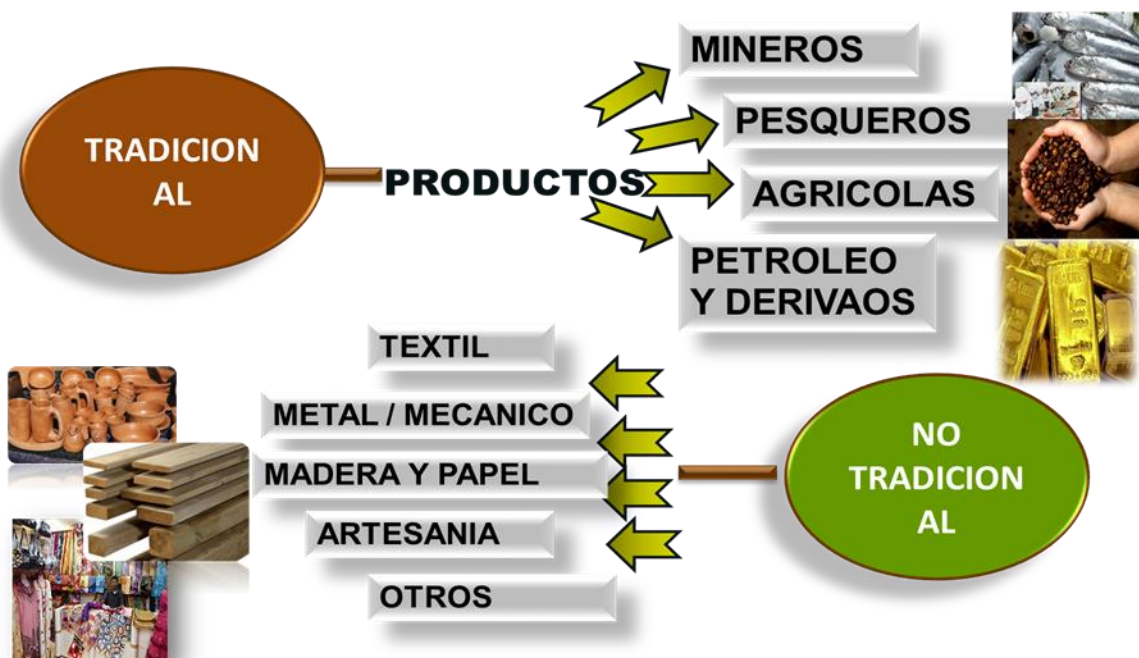
2.1 CLASIFICACIÓN DE EXPORTACIÓN



2.2 VALOR AGREGADO

- Exportación tradicional
 - no existe un valor agregado en el proceso de producción y su obtención no es lo suficientemente importante como para transformar la esencia natural
- Exportación no tradicional
 - Son aquellos productos que se exportan con muy poca frecuencia y el país no depende de ellos.

2.3 EXPORTACIÓN



2.4 PERMANECIA DE LA MERCANCIA EN EL EXTERIOR

TEMPORAL

La exportación temporal es la entrada al país de mercancías extranjeras para permanecer en él por tiempo limitado y con una finalidad específica

DEFINITIVA

permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno.

3. TRAMITE LEGAL



3.1 PROCESO DE EXPORTACIÓN

LOS PRIMEROS PASOS EN CASO DE:

Empresa Productora

1. Perfil del producto
2. Estudio del mercado
3. Adaptación del producto a los requerimientos del mercado

Empresa Comercializadora

1. Estudio del Mercado
2. Búsqueda y selección de proveedores locales
3. Adaptación del producto a los requerimientos del mercado / transferencia de las exigencias del pedido

Para exportar es necesario INVERTIR

3.2 PROMOCIÓN COMERCIAL

- Búsqueda de Oportunidades:
 - Por medio de eventos de promoción comercial (ferias, misiones comerciales, ruedas de negocio).
 - A través de Promoción directa (sitio web propio, e-mails, cartas, faxes, catálogos, folletos, etc.), y en sitios web especializados / centros de información.

La Empresa deberá contar con material promocional: perfil de la empresa, folletos, catálogos.

4. NEGOCIACIÓN



4.1



CONTACTOS Y NEGOCIACIONES

El cliente potencial muestra interés en nuestra empresa y solicita una cotización...

Se remite su cotización formal por fax o e-mail.

- Datos de nuestra empresa
- Datos del potencial importador
- Numeración de referencia
- Descripción exacta del producto y partida arancelaria
- Cantidad, peso, volumen y embalaje
- Cantidad disponible del producto a exportar
- Precio / término comercial (incoterm)
- Medio de transporte a utilizar
- Fecha posible de embarque / plazos
- Medio de pago a utilizar: C/c, C/d, R/d.
- Lugar de embarque / desembarque
- Certificaciones, inspecciones
- Condiciones de venta
- Vigencia de la cotización

Envío de muestras:

- Los compradores interesados en nuestro producto solicitan muestras.
- Se remiten muestras sin valor comercial (MSVC).
- Generalmente se envían por medios postales.
- Descripción detallada / ficha técnica.

Las muestras deben coincidir con lo especificado en la cotización remitida.

Después de analizar las muestras, el cliente acepta la operación...

- El cliente remite una orden de compra (O/C).
- La O/C tiene validez como **Contrato de Compraventa Internacional**.
- **Comienza el proceso de exportación**

IMPORTANTE: Elaborar un programa para cumplir con los plazos estipulados.

5. TRÁMITES DE EXPORTACIÓN

- El exportador debe emitir una factura comercial y una lista de empaque (packing list)
- Luego, contacta con un agente de carga, quien se ocupa de tratar directamente con el transportista.
- El agente de carga entrega al exportador el conocimiento de embarque (B/L), la guía aérea (AWB) o la carta porte (WB).

5.1 DOCUMENTACIÓN REQUERIDA

- **Factura comercial:** redactada en inglés si el país de destino no es hispanohablante.
- **Lista de empaque:** relación simple detallando el contenido de lo que se embarca.
- **Conocimiento de embarque (B/L, AWB, WB):** documento que certifica que las mercancías han sido recibidas por el transportista.
- **Certificado de origen:** documento que certifica que la mercancía ha sido elaborada en el Perú; permite acogerse a beneficios arancelarios en los países de destino.
- **Certificado fitosanitario:** documento que certifica que las plantas o vegetales frescos se encuentran libres de plagas.
- **Certificado zoosanitario:** documento que certifica que los animales o productos de origen animal son inocuos.
- **Certificado CITES:** documento necesario para exportar madera, flora y fauna silvestre.
- **Certificado sanitario:** documento que certifica que el producto a exportar es apto para el consumo humano (alimentos, medicinas).
- **Certificado textil:** también conocido como “visa textil”, es requerido para exportar confecciones a algunos países.
- **Otros documentos:** emitidos a petición del importador y según el país de destino. Pueden ser certificados de calidad, de inspección pre-embarque, complementarios a los certificados sanitarios, etc.

Alternativas de Exportación

Si no se cuenta con grandes volúmenes de producción ni con el capital, se puede optar por **vender a una empresa exportadora** o **asociarse con otras empresas** a fin de satisfacer una demanda determinada.

¿Dónde puedo encontrar más información?

The image shows the homepage of the SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) website. The header features the SUNAT logo and a banner with the text "Con tus comprobantes de pago construimos un mejor Perú. ¡Exígelos!". Below the header is a navigation bar with links to "Institucional", "SUNAT Rinde Cuentas", "Legislación", "Estadísticas y Estudios", "Índices y Tasas", "Padrones y Notificaciones", and "Contáctenos".

The main content area is divided into several sections:

- Servicios Virtuales >>>**: This section is further divided into "Tributarios" and "Aduaneros".
 - Tributarios**: Includes links for "Inscripción al RUC", "Declaración y Pago", "Actualización del RUC", "Presentación PDT", "Factura Electrónica", and "Libros Electrónicos".
 - Aduaneros**: Includes links for "Manifiesto de Carga", "Consulta Dua", "Teledespacho", "Remates Aduanas", "Pago Electrónico Aduanas", and "Declaración Exporta Fácil".
- Comunidades Virtuales >>>**: This section includes links for "Trabajador independiente", "Micro y Pequeños empresarios", and "Inversionista extranjero".
- Sugerimos Conocer >>>**: This section includes links for "Anales de Atención", "Notificación Electrónica", "Despacho Anticipado", "Boletín SUNAT", "Insumos Químicos", and "Sorteo de Comprobantes".

On the left side of the page, there are several vertical menus:

- Tamaño de Texto**: A dropdown menu for text size.
- Preguntas Frecuentes**: A link to frequently asked questions.
- Orientación Tributaria**: A link to tax orientation, with sub-links for "Cronogramas de Pago", "Imprentas SOL", "Planilla Electrónica", "Charlas SUNAT", and "Tutores, Demos y Videos".
- Orientación Aduanera**: A link to customs orientation, with sub-links for "Aranceles", "Importación de mercancías", "Incentivos Migratorios", "Clasificación Arancelaria", and "Demo Utilitario Drawback".
- Lo Más Usado**: A link to the most used services, with sub-links for "Consulta RUC", "Consulta RUC Múltiple", "Formularios y Solicitudes Varias", "Suspensión de Retenciones - 4ta Categoría", "Tipo de Cambio", "Teledespacho Web", and "Estado de Envíos".
- Novedades**: A link to news.

BIBLIOGRAFIA

Lerma, Alejandro, Márquez, Enrique, Comercio y Marketing Internacional, (México: CengageLearning, 2010) Pág. 539

Comparación de países: exportaciones, Indexmundi. En línea: <
<http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?v=85&l=es> > (Consultado, 14, Junio, 2012).

Las 25 preguntas más frecuentes del nuevo exportador, COFOCE. En línea:
<http://www.cofoce.gob.mx/a_web/p_b/pdf/PREGUNTAS%20FRECIENTES.pdf>. Pág. 8
(Consultado, junio, 20, 2012).

Minervini, Nicola, La ingeniería de la exportación, (México: McGraw Hill, 2001) Pág. 5

Lerma, Alejandro, Comercio Y Mercadotecnia Internacional, (México: Internacional Thomson, 2004) Pág. 94

Jorge, Hugo, Scribd, Pasos fundamentales para exportar, Mayo 2005. En línea: <
<http://es.scribd.com/doc/96920946/Como-Exportar2>>. (Consultado, Junio, 14, 2012).

Minervini, Nicola, supra nota 4 Pág. 15

Morales, Roberto, El Economista, Triplica México exportaciones de aguacate en cinco años, 8-04-2012. En línea:<<http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/04/08/triplica-mexico-exportaciones-aguacate-cinco-anos>>. (Consultado, junio, 18, 2012).

¿Cuándo exportar? , AsiAmerica Internacional. En línea:
<<http://asiamericainternational.com/icuando-exportar.html>> (Consultado, Junio, 15, 2012).

Lerma, Alejandro, Márquez, Enrique, supra nota 1 Pág. 28.

Ibíd. Pág. 29

Czinkota, Michael, Ronkainen, Ilkka, Marketing Internacional, (México: CENGAGE Learning, 2007) Pág. 129

Sulser, Rosario, Pedroza, José, Exportación Efectiva, (México: ISEF, 2004) Pág. 73

Mercado, Salvador, Comercio Internacional I: Mercadotecnia Internacional importación-exportación, (México: Limusa, 2004) Pág. 41.

Agente y Apoderado Aduanal, SAT. En línea:
<www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/servicios/144_10197.html> (Consultado, 12, Junio, 2012).

Entrevista realizada el 19 de Junio de 2012 a un Agente Aduanal en Nuevo Laredo.

Las 25 preguntas más frecuentes del nuevo exportador, supra nota 1 Pág. 4

Entrevista realizada a Ejecutivo de Trafico de Exportación de una línea transportista en Nuevo Laredo.

Lerma, Alejandro, Márquez, Enrique, Comercio y Marketing Internacional, (México: CengageLearning, 2010) Pág. 539