



FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA Y ADMINISTRACION
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROYECTO: GUIA PRACTICA PARA
LA EXPORTACION

ANTE EL HONORABLE JURADO:

PRESIDENTE: M.C.P. LUIS MARTIN SOTO TELLEZ
SECRETARIO: DRA. MONICA BLANCO JIMENEZ
VOCAL.: M.A. ARTURO ESTRADA MALDONADO

PRESENTA:

BERENICE MEZA SANCHEZ

CD. UNIVERSITARIA

ABRIL 2003

TM

Z716

.C8

FCPY

2003

.M4



1020148823

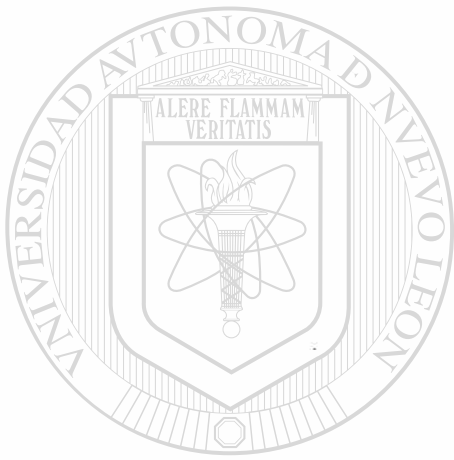


UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS





FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

DIVISIÓN POSTGRADO

PROYECTO: GUÍA PRÁCTICA PARA LA EXPORTACIÓN

JURADO

PRESIDENTE: M.C.P. LUIS MARTÍN SOTO TÉLLEZ

SECRETARIO: DRA. MÓNICA BLANCO JIMÉNEZ

VOCAL: M.A. ARTURO ESTRADA MALDONADO

**BERENICE MEZA SÁNCHEZ
MATRICULA 1035002**

CIUDAD UNIVERSITARIA A ABRIL DE 2003



FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

DIVISIÓN POSTGRADO

PROYECTO: GUÍA PRÁCTICA PARA LA EXPORTACIÓN

JURADO

PRESIDENTE: M.C.P. LUIS MARTÍN SOTO TÉLLEZ

SECRETARIO: DRA. MÓNICA BLANCO JIMÉNEZ

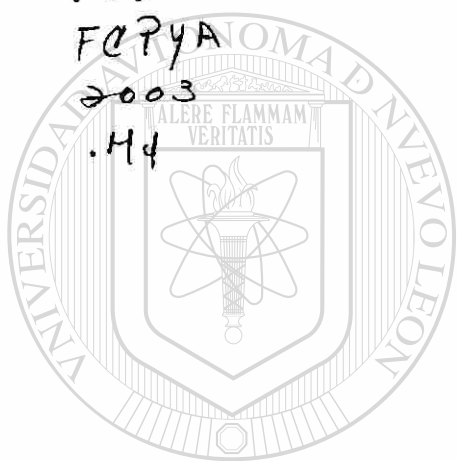
VOCAL: M.A. ARTURO ESTRADA MALDONADO

**BERENICE MEZA SÁNCHEZ
MATRICULA 1035002**

CIUDAD UNIVERSITARIA A ABRIL DE 2003

978 806

TH
Z7164
.C8
FCPYA
2003
.H4



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS



FONDO
TESIS

INDICE

INTRODUCCIÓN

- I. RECOMENDACIONES PARA A EXPORTACIÓN
- II. IDENTIFICAR LA EXPORTACIÓN
- III. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA
- IV. OBJETIVOS DE LA EXPORTACIÓN
- V. SELECCIÓN DEL PRODUCTO Y MERCADOS POTENCIALES
 - V.1 ADECUACION DE MI PRODUCTO AL MERCADO
 - V.2 ANALISIS DEL MERCADO
 - ANÁLISIS DEL MERCADO A NIVEL PAIS
 - ANÁLISIS DEL MERCADO A NIVEL INDUSTRIA
 - ANÁLISIS DE UN MERCADO ESPECIFICO
 - RECURSOS
- VI. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA
- VII. PREPARACIÓN DEL PRODUCTO
- VIII. APOYOS FISCALES GUBERNAMENTALES AL EXPORTADOR
- IX. ¿COMO EMPEZAR A EXPORTAR?
 - BÚSQUEDA DE CONTACTOS
 - DOCUMENTOS Y TRAMITES
 - COTIZACIÓN
 - REALIZACIÓN DEL CONTRATO DE EXPORTACIÓN
 - FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL
 - TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

- X. CONSOLIDACIÓN DE LA EXPORTACIÓN
- XI. CASO PRACTICO "EXPORTACIÓN DE PUERTAS METALICAS A HONDURAS"
- XII. CONCLUSIONES
- XIII. BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

El trámite de exportación definitivo al exterior representa la etapa final del proceso de colocación de mercancías nacionales en el mercado internacional, resultado de un conjunto de operaciones emprendidas por el exportador que se inicia con el estudio de mercados extranjeros, conocimiento de su demanda externa y de los condicionamientos para el ingreso de las mercancías a otros países, las condiciones para la venta al exterior, el financiamiento, la producción en si, en donde el requerimiento de insumos adecuados constituye un elemento primordial, la subcontratación de empresas de servicios de producción, la obtención de estándares adecuados de calidad, embalaje, conservación del producto, presentación y acondicionamiento para el transporte, etc. Quedando así el producto final listo para iniciar la gestión del embarque al exterior.

Para verificar si la exportación se encuentra permitida o sujeta a alguna restricción o prohibición. El producto debe de identificarse con la partida arancelaria correspondiente. Así mismo es recomendable que los exportadores coordinen con sus clientes para que en la factura que se envía a destino se consigne con la partida arancelaria del país importador.

I. RECOMENDACIONES PARA LA EXPORTACIÓN

Esta Guía de Comercio Exterior pretende hacer reflexionar al empresario sobre la propia situación de su empresa y sobre su posición de cara a la exportación; si es exportable su producto; si existe un mercado potencial y si puede adaptar su producto a ese mercado potencial. Si tras el juicio del empresario decide exportar, esta guía le indicará por donde tiene que empezar y le aportará algunas pautas importantes a lo largo de todo el proceso:

- Evite exportar por pura casualidad, sin una revisión cuidadosa de la opciones de mercado que pueda tener la empresa
- Evalúe el éxito del proyecto, ya que pueden perderse oportunidades de negocio o incurrir en gastos que pueden poner en riesgo la empresa.
- Analizar la situación de la empresa en cuanto los Puntos Fuertes y Débiles, la Oportunidades y las Amenazas.
- Elaboración de informes que incluyan los objetivos específicos.
- Motivar al personal involucrado en el proyecto.

II. IDENTIFICAR LA EXPORTACIÓN

Para una mejor planeación de nuestra Exportación debemos identificar el tipo de la misma, a continuación se mencionan los Tipos de Exportación mas comunes:

- **Exportación Definitiva:** salida de la mercancía de un territorio aduanero y que no regresará al mismo.
- **Exportación Temporal:** salida del territorio nacional de mercancías para permanecer en el extranjero por un tiempo limitado y con una finalidad específica, retornando después de cumplir con su finalidad, y dentro del plazo determinado al momento de efectuar la exportación.
- **Exportación Temporal para reimportar en el mismo estado:** esta modalidad de Exportación en la que se lleva temporalmente una mercancía al exterior con fines específicos y sin que le ocurran modificaciones.
- **Exportación Directa:** persona física o moral residente en el territorio nacional, productora o comercializadora de bienes que los destine al exterior mediante pedimentos de exportación. Algunos ejemplos de esta pueden ser ventas en ferias, franquicias, venta mediante distribuidores, concesión de licencias, etc.
- **Exportación Indirecta:** productor o proveedor de bienes que son incorporados a mercancías que son destinadas a la exportación de mercancías. Por ejemplo consorcios de exportación, venta a través de una empresa de exportación o un distribuidor a mercados extranjeros con sede en su propio país, venta a otra empresa de su país que ya realiza exportaciones.

- **Exportación con valor comercial:** se consideran las mercancías de carácter comercial a las que se superan los \$2,000 USD. Estas mercancías deben de ser exportadas con al intervención obligatoria de un Agente Aduanal.
- **Exportación sin valor comercial:** comprende el equipaje, menaje de casa, rancho de naves, y donaciones así como las muestras, obsequios, mensajería internacional y otras mercancías cuyo valor FOB no exceda de \$2,000 USD.

III. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Uno de los aspectos principales para tomar la decisión de exportar es la situación de la empresa, por lo cual sugerimos tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Producto / servicio
- Mercado: clientes y competencia
- Recursos Humanos
- Equipamiento y locales
- Situación financiera
- Organización
- Estrategias: planes futuros y objetivos para la empresa
- Existencia de la necesidad de exportar.
- El grado de preparación con el que cuenta la empresa para iniciar a exportar.

La información necesaria para determinar lo anterior se deriva de los aspectos descritos a continuación:

- **Datos generales de la empresa,** tales como nombre, dirección, teléfono, R.F.C., croquis de la planta, etc.
- **Tamaño de la empresa:** Chica, mediana o grande.
- **Capacidad financiera:** liquidez, acceso a fuentes de financiamiento, etc.
- **Capacidad de producción:** mencionar la capacidad instalada y la capacidad utilizada.
- **Producto:** Características generales, diseño, presentación, precio, servicio, calidad, entrega, existencia de servicio post-venta, posición del producto en el mercado nacional, ¿ofrece algo distinto a lo que ofrecen los demás?
- **Experiencias de exportaciones anteriores:** en su caso si existen y como fueron.
- **Organización:** orientación, flexibilidad, capacidad de respuesta.

IV. OBJETIVOS DE LA EXPORTACIÓN

- Objetivo de la Exportación.
- Concordancia con otras metas de la compañía.
- Existencia de recursos necesarios (humanos y materiales).
- Beneficios atractivos.

V. SELECCIÓN DEL PRODUCTO Y MERCADOS POTENCIALES

Una vez analizada la empresa, hay que analizar nuestro producto:

- ¿Es exportable mi producto?
- ¿Existe un mercado potencial?
- ¿Encaja mi producto en el mercado? Si no es así, ¿podría adaptarlo?

Aspectos a evaluar en un Producto de Exportación:

- **Calidad:** posicionamiento de su producto frente a los que existen en el mercado.
- **Precio:** Es el precio al cual debe cotizar el exportador su producto, considerando una serie de factores, principalmente los costos y gastos que se tienen que realizar, desde la producción hasta que la mercancía pueda ser entregada al cliente extranjero, incluyendo las utilidades, también hay que considerar los transportes, tarifas de importación, impuestos extranjeros, agentes aduanales, financiamientos, seguros y papelería general, las fluctuaciones monetarias que puedan afectar sus márgenes. Después de eso hay que comparar el precio con los productos similares que están en el mercado.
- **Estándares y especificaciones:** la mayoría de los países tienen sus propios estándares de calidad, de tecnología y seguridad que difieren a los mexicanos. Es necesario investigar sobre regulaciones en etiquetado, leyes en alimentos y medicinas, controles ambientales, entre otros.
- **Nombre:** elegir el nombre adecuado para su producto o servicio de acuerdo al mercado al que se desea atacar.
- **Características únicas o exclusivas de su producto:** es importante contar con un producto difícil de copiar.
- **Versatilidad del producto:** investigar como su producto podría ser usado en otros mercados.
- **Ingeniería:** analizar si es necesario hacer modificaciones en el producto para poder penetrar en ciertos mercados (con diferentes necesidades y aplicaciones)
- **Ciclo de vida:** es importante investigar el ciclo de vida del producto en el mercado meta.
- **Empaque:** Es un sistema de protección de las características físicas del mueble, integrado por uno o más materiales colocados estratégicamente. De las características de los materiales y su colocación (diseño),

dependerá el estado en que se encuentre la mercancía en el momento de su llegada a su destino final.

- **Instrucciones y manual de uso:** es de gran importancia contar con manuales en el idioma de s mercado meta.
- **Preparación del mercado para su producto:** si el producto es innovador es necesario conocer que tan educado está el mercado para ese producto.
- **Propiedad intelectual (Intellectual property).**- Un trabajo original que puede registrarse como derechos de autor, patentarse, o registrarse como marca registrada o marca de servicio. Es la titularidad que confiere el derecho de poseer, utilizar o disponer de productos creados por el ingenio humano, incluyendo patentes, marcas registradas y derechos de autor.
- **Garantías:** dependiendo del producto las garantías varían de un país a otro, pero Bancomext ofrece un esquema integral de garantías para facilitar a los exportadores mexicanos el acceso al crédito y reducir el riesgo de falta de pago de sus ventas en los mercados internacionales, contribuyendo a crear un entorno de certidumbre que fomente el desarrollo de actividades de comercio exterior.
 - **Servicio post-venta:** ya sea servicio por garantía o por mantenimiento. Es un aspecto sumamente importante para el éxito a largo plazo de la exportación.
 - **Disponibilidad local:** en caso de tener altos volúmenes o tener que hacer modificaciones en el producto.

V.1 ADECUACION DE MI PRODUCTO AL MERCADO

Un estudio mas detallado en caso de tener que adecuar el producto a las necesidades del mercado meta:

- **Demanda:** ¿quines son mis clientes?, ¿dónde están?, ¿qué necesidades tienen?, ¿cuál es su poder adquisitivo y sus hábitos de compra?
- **Distribución / entrega:** ¿qué medio de transporte puede utilizar? ¿cuánto me costará? ¿cómo son los canales de distribución en el país de destino?
- **Precio:** considerar los factores determinantes que pueden afectar al precio de mi producto para ponerlo en el país de destino. ¿puedo competir en precio?
- **Promoción:** ¿cuáles son los medios de promoción disponibles y más utilizados en el mercado de destino? ¿cómo son los medios de comunicaciones en el mercado de destino?
- **Competidores:** ¿hay productos similares al mío en el mercado de exportación? ¿quines son mis competidores? ¿cuál es su cuota de mercado? ¿cuáles son los puntos fuertes y puntos débiles de mis competidores?

Tal vez tenga que visitar el país para observar el mercado directamente: hablar con los proveedores, verificar las infraestructuras, los gustos públicos, etc.

V.2 ANALISIS DEL MERCADO

- **Preferencias Arancelarias:** Ventaja que se otorga a los países por parte de terceros en cuanto a los aranceles requeridos, resultado de acuerdos comerciales o negociaciones internacionales entre los países.
- **Divisas:** posibilidad de obtener divisas en el mercado de destino.
- **Barreras no arancelarias:** Cualquier número de cuotas de importación u otras restricciones cuantitativas, licencias de importación no automáticas, recargos aduanales u otros derechos y cargos, procedimientos aduanales, subsidios a las exportaciones, normas o procedimientos irracionales para fijación de normas, restricciones gubernamentales para compras, protección inadecuada de los derechos de propiedad intelectual y restricciones a las inversiones que niegan el acceso a un mercado o lo hacen excesivamente difícil para los bienes y servicios de origen extranjero. Existe una gran diversidad de estas barreras al comercio exterior, aunque las más utilizadas son las sanitarias, fito-zoosanitarias, etiquetado, calidad, ecológicas y seguridad.
- **Factores culturales:** gustos y preferencias del consumidor del posible mercado. Usos y costumbres, religión, filosofía, cultura, etc.
- **Establecimiento de medios de distribución:** determinar si los canales son accesibles.
- **Poder adquisitivo del consumidor:** el producto debe estar al alcance del cliente.
- **Aspectos ambientales:** clima, geografía, carreteras, etc.

ANÁLISIS DEL MERCADO A NIVEL PAIS

- **Situación Política:** organización, estabilidad, relaciones internacionales, políticas de importación y restricciones vigentes, impuestos y aranceles, localización y accesibilidad.
- **Situación Social:** estructura de la sociedad, religión, cultura, orientación, costumbres.
- **Situación Económica:** estadísticas, crecimiento, ingreso per capita, balanza comercial, relaciones comerciales (apertura a las importaciones), tratados, inflación, tendencias de crecimiento y desarrollo por sectores, incentivos a la inversión y al comercio.
- **Situación Demográfica:** volumen y distribución de la población, edad, sexo, etc.
- **Factores del mercado:** tamaño global y tendencias, características del mercado como los canales de distribución, tendencias de la demanda, precios.

ANÁLISIS DEL MERCADO A NIVEL INDUSTRIAL

Con una definición general de la industria podríamos tomar en cuenta los siguientes elementos:

- Productos que comprende
- Número aproximado de empresas que lo conforman
- Distribución geográfica
- Características
- Tamaño
- Tendencias de crecimiento
- Participación de empresas extranjeras
- Estadísticas generales

ANÁLISIS DE UN MERCADO ESPECIFICO

En base a la información general, se debe seleccionar el nicho del mercado potencial y región geográfica ideal y en base a eso realizar el análisis específico de ese mercado, esto se puede llevar a cabo en base a las 4P's de mercadotecnia.

- **Producto:** características de los productos existentes en el mercado, participación de mercados de cada una de las marcas, que necesidades debe de satisfacer y que necesidades no han sido atendidas y representan un campo de oportunidad.
- **Precio:** estructura, márgenes manejados, promedio de precios, determinar su influencia en la preferencia del consumidor del producto.
- **Distribución:** cadena de distribución, factibilidad de modificar estructuras, márgenes de cada uno de los intermediarios.
- **Promoción:** medio de publicidad y promoción utilizada, impacto e importancia de su uso, costos, determinar quien es el que la debe realizar.

RECURSOS

Si el producto encaja en el mercado, se debe de comprobar los propios recursos de la empresa tales como son las personas, el tiempo, capacidad técnica, equipamientos y recursos financiero.

Introducirse en la exportación exige un gran esfuerzo. Exportar requiere dedicación, motivación, estudios de mercado y el desarrollo de una estrategia y un plan apropiados.

VI. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Es primordial conocer, en base al análisis de mercado las ventas posibles futuras en este mercado y de esta manera determinar la atractividad del proyecto de exportación. Existen diferentes métodos estadísticos que le pueden ayudar a calcular estos pronósticos, tales como:

- Series de tiempo
- Análisis multivariante
- Regresión múltiple

VII. PREPARACIÓN DEL PRODUCTO

En este paso es necesario determinar todas las modificaciones al producto en cuanto a:

- **Marca:** Identificación que distingue a un producto manufacturado o a un servicio, que adopta la forma de un nombre, logotipo, lema y así sucesivamente. Una marca registrada tiene protección legal y solamente su propietario la puede utilizar. La advertencia sobre protección de marcas registradas varía de un país a otro y puede no estar disponible en algunos países. Un país que sea miembro de la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial, reconoce las marcas registradas de otros países.
- **Etiqueta:** Es todo rótulo, inscripción, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, ya sea que esté inscrita, impresa, marcada, grabada en relieve, huecograbado o adherida a un envase, que identifica al producto.
- **Empaques:** tecnología de acondicionar los productos para su almacenamiento, transporte, distribución y venta al costo óptimo asegurando que lleguen a su destino en buenas condiciones e incluye al envase, embalaje, materiales complementarios y el sistema de envasado o embalado.
- **Garantías:** la garantía adecuada para el tipo de exportación que esta realizando la empresa.
- **Servicio:** que se debe proporcionar aun después de haber efectuado la exportación.

VIII. APOYOS FISCALES GUBERNAMENTALES AL EXPORTADOR

El gobierno mexicano, con el fin de promocionar las exportaciones, ha implementado distintos esquemas de fomento a las exportaciones.

- **Devolución y compensación del IVA:** Con la finalidad de que los productos lleguen al mercado de destino a un precio competitivo, el gobierno federal reembolsa, compensa o acredita el IVA que el exportador haya pagado al comprar insumos utilizados en la fabricación del bien exportado.
- **Mecanismos para que el exportador importe insumos y equipo:** En muchos de los casos el exportador requiere diversos insumos, como materias primas, maquinaria, equipo, etc., que solo puede obtener en el mercado externo.
 - a) El exportador cuenta con un contrato de maquila de exportación en donde todo o parte del material que debe utilizar es propiedad del contratante extranjero; en ese caso el valor agregado que se adiciona en México es básicamente la transformación mediante la mano de obra.
 - b) Una o mas de las materias primas necesarias no se fabrican en México o su precio interno es tan alto que repercutiría en el del producto final a un grado tal que este dejaría de ser competitivo.
 - c) Necesidad de maquinaria que solo se fabrica en el extranjero.

Para todos estos casos el gobierno federal ha establecido una serie de mecanismos que permiten al productor mexicano importar insumos que posteriormente retornarán al extranjero son pagar impuestos de importación, o bien pagándolos para que luego le sean devueltos.

- **Programas de Importación Temporal de Mercancías ante el TLCAN:** Dado que en el TLC se firmaron compromisos para que insumos o materias primas producidas fuera de la región comprendida por Canadá, Estados Unidos y México no gocen de los beneficios de dicho tratado, se establecieron reformas a los programas de Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, y al PITEX para hacerlos acordes al tratado.
- **Industria de Maquiladora de Exportación:** este programa es un instrumento mediante el cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente los bienes necesarios para ser utilizados en la transformación, elaboración y/o reparación de productos de exportación, sin cubrir el pago de los impuestos de importación, el impuestos al valor agregado, y en su caso las cuotas compensatorias. Así mismo para realizar aquellas actividades de servicio que tengan como finalidad la exportación o apoyar a esta.
- **Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX):** Quienes suscriban un PITEX podrán importar temporalmente materias primas, partes, componentes, materiales auxiliares, materiales de empaque, combustibles y lubricantes. Estos insumos pagaran el monto de arancel que corresponde a los insumos no originarios incorporados en una mercancía exportada a uno de los países miembros del TLCAN.
- **Programas de Promoción Sectorial:** como una medida de apoyo fiscal al os productores de ciertas mercancías se crearon los Programas de

Promoción Sectorial (PROSEC). Estos programas buscan apoyar a ciertas ramas o sectores económico-industriales en donde el país es competitivo.

- **Cuenta Aduanera:** es un instrumento financiero que permite a los contribuyentes importar en forma definitiva mercancías que posteriormente se exportaran en el mismo estado pagando el impuesto de importación, IVA y cuotas compensatorias mediante deposito en las instituciones de crédito y casas de bolsa autorizadas. La ventaja de este esquema reside en que una vez que el bien ha sido exportado, el contribuyente podrá recuperar el monto del deposito así como los rendimientos que se hubieran generado a partir de la fecha en que se efectuó el deposito hasta el momento en que se cancele dicha cuenta.

IX. ¿CÓMO EMPEZAR A EXPORTAR?

BÚSQUEDA DE CONTACTOS

¿Quién puede ayudarme a establecer contactos?, Cámaras de Comercio, asociaciones profesionales, etc. Este paso consiste en la búsqueda de posibles clientes o distribuidores en el país meta contando con una presentación de la empresa así como de sus productos en la que se incluyan precios y cotizaciones a los diferentes puntos de distribución en el idioma correspondiente.

El esta establecimiento del perfil de mis socios, puntos fuertes, tamaño capacidad de la empresa, emplazamiento, preparación de las negociaciones y de la presentación de nuestra empresa (traducir oferta, preparar muestras de mis productos) y recopilar toda la información posible sobre mis socio potencial.

Hay que presentar la propuesta de una forma profesional e intentando crear un clima de confianza, posteriormente analizar la entrevista redactando por escrito todos los puntos abordados y mantener el contacto.

Hay que prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal, ya que entre un 50% y un 70% de la comunicación es no verbal. Documentarse sobre las costumbres de cada país podría ayudar a la negociación. Un punto importante que no hay que olvidar es la cooperación que va a tener cada parte tomando en cuenta la compatibilidad (estructura empresarial), capacidades (complementarias), compromiso y comunicación.

DOCUMENTOS Y TRAMITES

- **Registro Federal de Contribuyentes (RFC):** toda persona física que realice actividades lucrativas, esta obligado a pagar impuestos al gobierno federal y para ello es necesario estar inscrito.
- **Registro de Marca y propiedad Industrial:** tanto las marcas como las mercancías nos susceptibles de plagio, lo cual deteriora la imagen de la empresa o de la mercancía, para evitar estas practicas tanto en México

como en otros países cuentan con leyes y organismos para la protección y el registro de los derechos de la propiedad industrial.

- **Registro ante la Cámara correspondiente:** hoy en México no es obligatorio inscribirse ante cámara u organismo de coalición empresarial, motivo por el cual no se exige ninguna dependencia aduanera, ni tampoco es requisito realizar exportaciones.
- **Marcado de País de Origen:** al fin de identificar el origen de los productos y crear una imagen de identidad tanto en el país como en el extranjero. En el caso de las exportaciones se puede utilizar el idioma manejado en el mercado destino.
- **Despacho Aduanal:** una parte importante de la exportación es el despacho aduanal, que no es otra cosa mas que el conjunto de actos y formalidades relativas a la salida de la mercancías del territorio nacional a través de la aduana, para ello el exportador deberá presentar las mercancías en la aduana a fin de que sean examinadas por la autoridad.
- **Documentos Aduaneros:** es obligación de quien exporte presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma aprobada por la SHCP por conducto de un agente o apoderado aduanal. Dicho pedimento se debe acompañar de la factura o cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, comprobar el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no arancelaria a la exportación. Especificar el No. de serie, parte, marca, especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar la mercancía.
- **Factura Comercial:** para fines aduaneros en México es posible exportar con la presentación de cualquier documento comercial sin que sea estrictamente necesario presentar una factura, no obstante es recomendable presentarla para la devolución del IVA.
- **Lista de Empaque:** este es un documento que permite al exportador, al transportista, compañía de seguros, ala aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber que contiene cada bulto o caja.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

COTIZACIÓN

Los elementos de una buena cotización son los siguientes:

- Descripción completa del producto.
- Precio del mismo.
- Tiempo y costo de embarque.
- Términos de venta (Incoterms) y el pago de la transacción.

REALIZACIÓN DEL CONTRATO DE EXPORTACIÓN

Para las primeras operaciones con los nuevos socios podemos utilizar una “factura pro forma”, como documento provisional para informar al importador el precio de la mercancía y de las condiciones en las que se va a realizar la venta., los puntos que tenemos que tomar en cuenta son:

- Tipo de contrato (para establecer derechos y obligaciones).
- Datos generales

- Precio
- Forma de pago
- Garantías
- Seguro de la carga

FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL

Sin duda uno de los puntos clave para el éxito de las operaciones de comercio internacional es elegir la forma mas adecuada para recibir o efectuar los pagos en las transacciones comerciales. Por lo general los participantes en una operación de este tipo sen encuentran en países diferentes y por lo mismo pueden presentarse grandes diferencias.

- **Giro bancario:** es un titulo de crédito nominal no negociable que expide un banco del país importador a solicitud de este.
- **Cheque:** esta orden de pago solo puede ser cumplida por el banco si los fondos están disponibles en la cuenta al momento de la presentación del cheque.
- **Ordenes de pago:** es una operación que se establece directamente entre un banco local y un banco foráneo con el que el primero mantiene relaciones de corresponsalía.
- **Cobranza Bancaria Internacional:** la cobranza es un servicio bancario de manejo de documentos sobre la base de instrucciones recibidas para la aceptación y/o el pago de un adeudo y la entrega de documentación. Existen dos formas de cobranza: Cobranza Simple y Cobranza Documentaria.
- **Cartas de crédito:** es el tipo de cobranza mas utilizada a nivel internacional. El banco del importador se compromete a pagar siempre y cuando se cumpla con los requisitos del acuerdo comercial. El pago lo otorga un banco en la plaza del exportador.

TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

El transporte permite que el consumidor tenga oportunamente su producto y a un buen precio. La transportación es uno de los factores significativos del costo de una operación de comercio internacional y puede significar el fracaso o el éxito de una operación.

- **Flete:** elección del medio e transporte que mas le convenga. Su costo ira en función del tipo de mercancía, el peso y/o volumen, la distancia, etc.
- **Envase y embalaje,** este debe brindar protección, identidad, motivación de venta y garantía de calidad. Es importante conocer reglar de embalaje de los mercados meta.
- **Conocimiento de embarque B/L,** documento probatorio de un contrato de transporte.

Una vez que se ha concretado la venta, el siguiente paso es la contratación de un Agente Aduanal, única persona autorizada por la SHCP para efectuar tramites en la aduana.

El exportador esta obligado a presentar a través de su agente aduanal los siguientes documentos:

- a) Factura Comercial o en su caso cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- b) Los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones no arancelarias a la exportación que se hubieran expedido de acuerdo con la ley de Comercio Exterior.

Al cumplir con la presentación de la mercancía, esta pasa al modulo de selección aleatoria. Si en el pedimento sale impreso la leyenda "Desaduanamiento Libre", entonces la mercancía queda liberada. Sin embargo, si en el pedimento queda impresa la leyenda "Reconocimiento Aduanero" la mercancía es revisada por un Vista Aduanal en la plataforma fiscal. En caso de no existir ninguna irregularidad, la mercancía esta lista para su envío y de no ser así pasa al jurídico de la aduana, quien impone una multa por datos inexactos y libera la mercancía para su exportación.

X. CONSOLIDACIÓN DE LA EXPORTACIÓN

- A) Antes de la transacción: crear un buen clima para el servicio posterior. Folletos, condiciones que guiaran el servicio , crear áreas de servicio al cliente dentro de la empresa. Tener cursos y manuales técnicos para la formación del cliente.
- B) Durante la transacción: es necesario vigilar los tiempos de entrega, la precisión en el procesamiento del pedido, estado de las mercancías recibidas, disponibilidad de stock.
- C) Después de la transacción: todos los aspectos necesarios para el soporte del producto, una vez entregado. Es importante crear una cultura de servicio. Protección al cliente contra productos defectuosos. Tratamiento de quejas y devoluciones por parte del cliente.

CASO PRACTICO



EXPORTACIÓN

UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

A

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

HONDURAS

TRATADO DE LIBRE COMERCIO MÉXICO-TRIANGULO DEL NORTE CENTROAMERICANO (GUATEMALA. EL SALVADOR, HONDURAS)

Como un paso hacia la comercialización latinoamericana se negoció el Tratado México-Triangulo del Norte Centroamericano. Con este tratado se abren nuevas perspectivas de mejora en las relaciones comerciales y diplomáticas con los vecinos del sur de nuestra frontera, toda vez que los países del Triangulo del Norte representan el principal mercado de México en la región centroamericana ya que significa un 25% de nuestras exportaciones a esta parte del mundo.

Este tratado se publico en el Diario Oficial de la Federación el 14 de marzo de 2001, entrando en vigor un día después de su publicación.

De acuerdo a lo negociado y entendiendo la asimetría de las partes negociadoras, México se abrirá mas rápido que el Triangulo del Norte, tanto en tasas base como en plazos de desgravación. Mas de la mitad de las exportaciones de México al Triangulo del Norte quedarán libres de arancel a la entrada en vigor del tratado mientras que el resto de irán desagravando en plazos anuales hasta quedar libres de arancel en 12 años.

Respecto a la negociación de productos industriales alrededor del 57% de las exportaciones se México al Triangulo del Norte quedarán libres de arancel de inmediato, el 15% en un plazo de 3 a 5 años y el resto a diferentes plazos.

En materia agropecuaria el 30% de las exportaciones mexicana quedarán libres de arancel a la entrada en vigor del tratado de libre comercio; poco mas del 12% a mediano plazo y 41% a largo plazo. Se excluyeron temporalmente de la negociación productos sensibles para la región, como azúcar, café y plátano.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS



FACTURA PROFORMA

TERMO PUERTAS AJUSTABLES, S.A. de C.V.

AVE. INDUSTRIAS DEL ORIENTE 3115. COL. JARDINES DE SAN RAFAEL
 GUADALUPE, N.L. C.P. 67110 TELS. 327-24-00 Y 327-24-03 AL 09

FACTURA PROFORMA

TPA-00088

VENDIDO A:

ENVIAR A:

MOLDU PUERTAS

HONDURAS

MA. DOLORES D' RAPADO

DIA MES AÑO

07 11 2002

REFERENCIA

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION	P/pieza	TOTAL
20	PIEZAS	TERMO PTA. 1/2 LUNA 36 X 80	\$ 52.00	\$1,040.00
10	PIEZAS	TERMO PTA. 9 LUCES 36 X 80	\$ 56.00	\$560.00
150	PIEZAS	T.PUERTA TROQ. 36' X 80' 9P.	\$ 35.00	\$5,250.00
100	PIEZAS	T.PUERTA TROQ. 32' X 80' 9P.	\$ 34.00	\$3,400.00
260	PIEZAS	T.PUERTA TROQ. 36' X 80' 6P.	\$ 35.00	\$9,100.00
100	PIEZAS	T.PUERTA TROQ. 32' X 80' 6P.	\$ 34.00	\$3,400.00
640				\$22,750.00

FLETE

TOTAL A PAGAR

\$22,750.00

MONTO EN LETRA

VEINTIDOS MIL SETECIENTOS CINCUENTA 00/100 USD

OBSERVACIONES

MADE IN MEXICO (PRICES ARE IN USD)

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LAS
REPUBLICAS DE EL SALVADOR, GUATEMALA Y HONDURAS**

CERTIFICADO DE ORIGEN

1. Nombre y domicilio del exportador: TERMO PUERTAS AJUSTABLES, S.A DE C.V. AVE. IND. DEL OTE. No. 3115, COL. JARDINES DE SAN RAFAEL, GUADALUPE, NUEVO LEON C.P. 67110 Teléfono: 83-27-2403 Fax 83-272400 Número de Registro Fiscal: TPA 830613-6DA		2. Período que cubre: D M A D M A Desde 01 / 01 / 02 / Hasta 01 / 12 / 02 /			
3. Nombre y domicilio del productor: TERMO PUERTAS AJUSTABLES, S.A DE C.V. AVE. IND. DEL OTE. No. 3115, COL. JARDINES DE SAN RAFAEL, GUADALUPE, NUEVO LEON C.P. 67110 Teléfono: 83-27-2403 Fax 83-272400 Número de Registro Fiscal: TPA 830613-6DA		3. Nombre y domicilio del importador: PUERTAS MOLDURAS Y DECORACIONES, S.A. BARRIO LA GUARDIA 143 AVE. 20 SAN PEDRO SULA, HONDURAS Teléfono: (504) 556-9765 Fax (504) 556-9765 Número de Registro Fiscal: REUTOV			
5. Descripción del (los) bien(es)		6. Clasificación arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Productor	9. País de Origen
40 TERMO PUERTAS 1/2 LUNA 36 X 80 20 TERMO PUERTA 9 LUCES 36 X 80 200 TERMO PUERTA TROQUELADAS 36 X 80 9P. 130 TERMO PUERTA TROQUELADAS 32 X 80 9P. 100 TERMO PUERTA TROQUELADA 36 X 80 6P. 130 TERMO PUERTA TROQUELADAS 32 X 80 6P.		730830 730830 730830 730830 730830 730830	B B B B B B	SI SI SI SI SI SI	MEX MEX MEX MEX MEX MEX
10. Observaciones:					
11. Declaro bajo protesta de decir verdad o fe de juramento que - Los bienes son originarios del territorio de una o más de las Partes, salvo lo establecido en los párrafos 10(a), 11(a) o 12(a) del Anexo 3-04(5) del Tratado, cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 6-17 del Tratado - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que será responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden al contenido del presente certificado, así como notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo Este certificado consta de 1 hojas incluyendo todos sus anexos					
Firma del exportador:		Empresa: TERMO PUERTAS AJUSTABLES, S.A. DE C.V.			
Nombre: LIC. JORGE E. LOZANO ARREOLA		Cargo: GERENTE GENERAL			
D M A Fecha: 25 / JUL / 02 /		Teléfono: 83-2724-03		Fax: 83-27-2400	

P A C K I N G L I S T

INVOICE REF. 15333
 DATE. 24 de JULIO DE 2002

BILL TO: PUERTAS, MOLDURAS Y DECORACIONES
 BARRIO LA GUARDIA 143 AVE. 20
 SAN PEDRO SULA, HONDURAS
 TEL: (504) 556-9765

SHIP TO:
 BARRIO LA GUARDIA 143 AVE. 20
 SAN PEDRO SULA, HONDURAS
 ATTE: Sr. ERICK LOPEZ, EDWIN BENDECK

NUMBER OF PACKAGES	PACKAGES QUANTITY	PCS. PER PALLET	TOTAL PCS	DIMENSION	NET WT KGS.	NET WT LBS.
PRODUCT METAL DOORS						
1	1	51	51	TROQ. 36 X 80 9P.	867.00	1,911.41
		4	4	TROQ. 32 X 80 9P.	68.00	149.91
PRODUCT METAL DOORS						
2	1	55	55	TROQ. 36 X 80 9P.	935.00	2,061.32
PRODUCT METAL DOORS						
3	1	55	55	TROQ. 32 X 80' 9P.	935.00	2,061.32
PRODUCT METAL DOORS						
4	1	26	26	TROQ. 36 X 80 9P.	442.00	974.44
		29	29	TROQ. 32 X 80' 9P.	493.00	1,086.88
PRODUCT METAL DOORS						
5	1	55	55	TROQ. 32 X 80' 6P.	935.00	2,061.32
PRODUCT METAL DOORS						
6	1	36	36	TROQ. 32 X 80' 9P.	612.00	1,349.23
		19	19	TROQ. 32 X 80' 6P.	323.00	712.09
PRODUCT METAL DOORS						
7	1	41	41	TROQ. 32 X 80' 6P.	697.00	1,536.62
		14	14	TROQ. 32 X 80' 9P.	238.00	524.70
PRODUCT METAL DOORS						
8	1	53	53	TROQ. 36 X 80 9P.	901.00	1,986.36
PRODUCT METAL DOORS						
9	1	55	55	TROQ. 36 X 80 6P.	935.00	2,061.32
PRODUCT METAL DOORS						
10	1	55	55	TROQ. 32 X 80 6P.	935.00	2,061.32
PRODUCT METAL DOORS						
11	1	20	20	1/2 LUNA 36 X 80	380.00	837.76
		10	10	9 LUCES 36 X 80	190.00	418.88
PRODUCT METAL DOORS						
12	1	30	30	1/2 LUNA 36 X 80	570.00	1,256.63
		1	1	TROQ. 32 X 80 6P.	17.00	37.48
PRODUCT METAL DOORS						
13	1	1	1	TROQ. 36 X 80 9P.	17.00	37.48
		4	4	TROQ. 36 X 80 6P.	68.00	149.91
		6	6	TROQ. 32 X 80 9P.	102.00	224.87
TOTAL:			620		10,660	23,501

CARTA DE INSTRUCCIONES

FECHA: JULIO 24 DE 2002

DATOS DEL EXPORTADOR:

TERMO PUERTAS AJUSTABLES, S.A. DE C.V.
AVE. INDUSTRIAS DEL ORIENTE 3115
COL. JARDINES DE SAN RAFAEL.
GUADALUPE, N.L. 67110 TEL. 327-24-03

DATOS DEL IMPORTADOR:

PUERTAS Y MOLDURAS Y DECORACIONES, SA DE CV
BARRIO LA GUARDIA 143 AV. 20
SAN PEDRO SULA, HONDURAS
TEL: (504) 556-9765 FAX: 556-6754

AGENTE ADUANAL MEXICANO:

AGENCIA A. RODOLFO VALENCIA
CONTACTO: * AMERICA TORRES
TEL: 01 (833)

AGENTE ADUANAL EN FRONTERA:

CONTACTO: * _____

ENVIAR MERCANCIA A:

SAN PEDRO SULA, HONDURAS
BARRIO LA GUARDIA 143 AV. 20
SAN PEDRO SULA, HONDURAS
CONTACTO: Sr. ERICK LOPEZ TEL: (504) 556-9765

DESCRIPCION DE LA MERCANCIA

PRODUCTO: PUERTAS DE METAL

FRACCION ARANCELARIA: 730830 NUMERO DE BULTOS: 13

CANTIDAD DE PIEZAS: 620 NUMERO DE TARIMAS: 13

PESO NETO: 10,660.00 KGS.

FACTURA No. 15333

FECHA: 25/07/2002

FECHA DE EMBARQUE: 30/07/2002

DATOS DEL TRANSPORTE:

EXPORTACION PUERTA A PUERTA TRANSBORDO EN FRONTERA

TRANSPORTE: LACKNER

CONTENEDOR CMCU494592-6 CONTACTO: CRISTINA

TEL: 2 -64 2828

ARRASTRE A FRONTERA POR: _____

OBSERVACIONES:

TIPO DE CAMBIO 9.6130
FLETE MARITIMO POR COBRAR

SELLO DE SEGURIDAD No. 0026173

NUM. DE PEDIMENTO: 02 81 3395 2001466 T.OPER: EXP CVE PEDIMENTO: A1 REGIMEN: EXD
 DESTINO: 9 TIPO CAMBIO: 9.70180 PESO BRUTO: 10660.000 ADUANA E/S: 810
MEDIOS DE TRANSPORTE
 ENTRADA/SALIDA: ARRIBO: SALIDA: VALOR DOLARES: 19770.00
 1 7 1 VALOR ADUANA: 0
 PRECIO PAGADO: 191805

CERTIFICACIONES:
 ADMON.GRAL. DE ADUANAS(UICG)
 BANCO 00
 ADUANA 81 SECCION 0
 CAJA 301 OPERACION 10060033
 No. PEDIMENTO 3395-2001466
 FECHA 26/07/2002 HR 130408
 PAGO ELECTRONICO E5VX0J8C
 IMPORTE \$ 328

DATOS DEL IMPORTADOR/EXPORTADOR
 RFC: TPA8306136DA NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:
 CURP: TERMO PUERTAS AJUSTABLES,S.A. DE C.V.

DOMICILIO: AVE. INDUSTRIAS DEL ORIENTE 3115 COL. JARDINES DE SAN RAFAE
 L. GUADALUPE, N.L. 67110

VAL. SEGUROS SEGUROS FLETES EMBALAJES OTROS INCREMENTABLES
 0 0 0 0 0

ACUSE ELECTRONICO: CLAVE DE LA SECCION
 DE VALIDACION: ADUANERA DE DESPACHO: 810

8HPSRIXV

26/07/2002 17:13 OPER: 040-196384
 PEDIMENTO: 3395-2001466
 FIRMA: YUEJQXRVSE
 VEHICULOS: 0001/0001

MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS
 CMCU-494592-6 1 X 40' H.C.
 C/ 13 BULTOS

FECHAS		TASAS A NIVEL PEDIMENTO		
PRESENTA	26/07/2002	CONTRB	CVE T	TASA
PAGO	26/07/2002	DTA	4	167.0000
		PREV.	2	140.0000

DESADUANAMIENTO LIBRE
 CUMPLIDO

CUADRO DE LIQUIDACION				
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.
DTA	0	167		
PREV.	0	161		
			TOTALES	
			EFFECTIVO	328
			OTROS	0
			TOTAL	328

DATOS DEL DESTINATARIO
 ID.FISCAL: 0 NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: DOMICILIO:
 PUERTAS, MOLDURAS Y DECORACION BARRIO LA GUARDIA 143 AV. 20 SAN PEDRO
 ES, S.A. DE C.V. SULA, HONDURAS. 00000 HND

DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR
 ID.FISCAL: NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: DOMICILIO: VINCULACION:
 NUM FACTURA: TPA8306136DA FECHA: TERMO PUERTAS AJUSTABLES,S.A. AVE. INDUSTRIAS DEL ORIENTE 3115 C NO
 DE C.V. OL. JARDINES DE SAN RAFAEL. GUADALUPE, N.L. 67110 MEX
 15333 25/07/2002 FOB USD 19770.00 1.00000000 19770.00
 TRANSPORTE: IDENTIFICACION: ALIANCA-MARACANA PAIS: BRA
 NUMERO/TIPO DE CONTENEDOR: CMCU4945926 3

OBSERVACIONES
 LOCALIZACION: SECCION CONTENEDORES A.T.P.
 SOLICITUD DE INGRESO NUM 204198 DE FECHA 25/07/02.....(1 BULTO)
 DESTINO: SAN PEDRO SULA / HONDURAS.

PARTIDAS																						
SEC	FRACCION	SUBD	VINC	MET	VAL	UMC	CANTIDAD	UMC	UMT	CANTIDAD	UMT	P	V	C	P	O	D	CON	TASA	TT	FP	IMPORTE
	DESCRIPCION (RENGLONES SEGUN SE REQUIERA)																					
	V ADU USD IMP.PRECIO PA PRECIO UNIT. VALOR AGREG.																					
	MARCA MODELO CODIGO PRODUCTO																					
1	73083001	0	0	6	620.000	1	10660.000	HND	HND	IGI/I	0.00	1	0	0								
	PUERTAS METALICAS																					
	19770.00 191805 309.3629 0																					
	IDENTIFICAD COMPLEMENTO IDENTIFICAD COMPLEMENTO																					
	UM 0 ES N																					

***** FIN DE PEDIMENTO***** NUM. TOTAL DE PARTIDAS: 00001 CLAVE PREVALIDADOR: 010 *****

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O ALMACEN
 NOMBRE O RAZ. SOC. RODOLFO VALENCIA PRIETO
 RFC: VAPR6111244Y2 CURP: VAPR611124HDFLRD09
 MANDATARIO / PERSONA AUTORIZADA
 NOMBRE: RODOLFO VALENCIA PRIETO
 RFC: VAPR6111244Y2 CURP: VAPR611124HDFLRD09

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD.
 EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL
 ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA:
 PATENTE O AUTORIZACION: 3395
 FIRMA AUTOGRAFA *R. Valencia Prieto*
 Destino/Origen: Interior del Pais

HAMBURG SÜD

Bill of Lading

Multimodal Transport
or Port to Port Shipment

HAMBURG SÜD

COLUMBUS LINE



TERMOPUERTAS AJUSTABLES, S.A. DE C.V.
AVE. IND. DEL ORIENTE 3115
COL. JARDINES DE SAN RAFAEL
GUADALUPE, N.L.
MEXICO

B/L No. (also to be used as payment ref.)

MXUC0595

Booking No.

2MBXUC0595

Not negotiable unless otherwise indicated to order

PUERTAS Y MOLDURAS Y DECORACIONES,
SA. DE C.V.
BARRIO LA GUARDIA 143 AV. 20
SAN PEDRO SULA, HONDURAS
TEL: 504 556 9765

Export References

EXPORT REFERENCE:

LLOYDS LIST: 9007271

SOLUCIONES INTERNACIONALES DE
TRANSPORTE
CENTRO COMERCIAL SANTA ANITA
3ER NIVEL, LOCAL # 311
SAN PEDRO SULA, HONDURAS
AT'N. KAREN CACERES
TEL: (504) 557 4078/79

Forwarding Agent References

Point and country of origin

Ocean vessel Voyage
ALIANCA MARACANA
013 S

Domestic Routing Export instructions / Also Notify / Agent at Port of Discharge

Place(s) of Transhipment
ALTAMIRA, MEXICO KINGSTON, JAMAICA

Place of Delivery
PUERTO CORTES HONDURAS SAN PEDRO SULA HONDURAS

Type of mode

HOUSE/HOUSE

Originals to be released at

PUERTO CORTES HONDURAS

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER

Cont./Seal Nos. No. of Pkgs. Description of Pkgs. and Goods

MCU4945926 1 - 40' CONTAINER - SAID TO CONTAIN

Seal-Numbers

EN0026173

Size: 40' Type: HC

Mode: HOUSE/HOUSE

13 BUNDLES

620 PUERTAS METALICAS
NUMERO DE TARIMAS 13
FACTURA 15333

10660.000 KIL

CLEAN ON BOARD

FREIGHT COLLECT

"SHIPPERS LOAD, STOW & COUNT"

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FREIGHT AS AGREED

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

FREIGHT INVOICE

USD 3,350.00=

THIS CHECK MUST BE PAID TO:
DE ALPORTADORA INTL DE MERCANCIAS
S.A. DE C.V.

Page: 1

COPY Not Negotiable

Total No. of Pkgs. 1

Declared value (See clause 17)

No. orig. B/L 3

Freight payable at

SAN PEDRO SULA SHIPPED ON

BOARD 08.04.02

Place and date of issue

Signed

as Agent for
COLUMBUS LINE

ALTAMIRA, MEXICO
08.04.02

as CARRIER

REPRESENTACIONES MARITIMAS, S.A.



ISO 9001 • ISO 14001

CONCLUSIONES

Para poder competir con éxito en el extranjero en la venta de productos o servicios una empresa exportadora debe de estudiar y comprender la mentalidad de cada uno de sus posibles consumidores, pero en forma mas estricta que en el mercado nacional puesto que la competencia, inversión y riesgos son mucho mayores. Algunos de los factores que se deben de considerar en los mercados internacionales son: Los medios económicos, político, legal, cultural y de negocios.

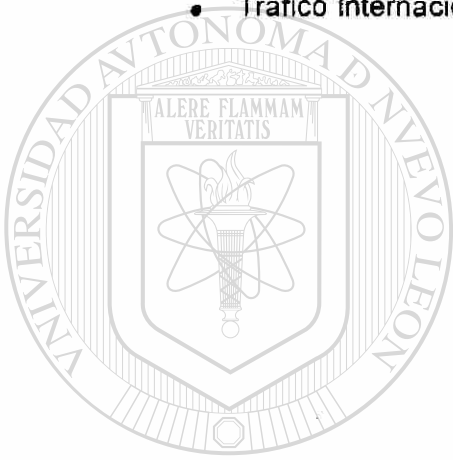
Los apoyos financieros a las exportaciones son uno de los elementos de mayor importancia para definir y mejorar las posición competitiva internacional de los productos o servicios de un país. El exportador que esta en posición de ofrecer las condiciones financieras mas atractivas para la colocación de su producto, es el que gana mayor margen competitivo en su favor. El financiamiento para la exportación, debe considerar como un servicio adicional, indispensable para el producto que introduce o pretende colocar sus artículos en los mercados del exterior.

Mención especial debe hacerse a los trabajos que la empresa desarrolle para estructurar y presentar su oferta de exportación, misma que proporcionara la primera imagen de la compañía y en la que se basa gran porcentaje del éxito o fracaso de la promoción.

La oferta de exportación no pretende otra cosa que informar las características, ventajas, condiciones de los productos y de la forma de venta misma, a efecto de normar el criterio y la decisión del potencial del importador.

BIBLIOGRAFÍA

- **Publicación "Negocios Internacionales Bancomext", Ejemplares de Octubre de 2003, Noviembre de 2002, Diciembre de 2002 y Enero de 2003.**
- **Pagina de Internet www.sat.gob.mx**
- **Pagina de Internet www.cofemer.gob.mx**
- **Comercio Internacional II, 3ra Edición, Editorial Limusa**
- **Trafico Internacional "Administración y Aplicaciones, Editorial Limusa**



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

