

Proyecto de Exportación de Cinturón Piteado desde México Hacia Alemania

Proyecto Revisado por Obregon Corporación



INDICE

	PAGINA
• INTRODUCCIÓN	2
• NOMBRE DEL PRODUCTO	3
• SECTOR AL QUE PERTENECE EL PRODUCTO	3
• DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	3
• ANALISIS DE LA EMPRESA	3
• CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	4
• ESTUDIO DEL MERCADO META	5
• CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	5
• TIPO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	7
• CANAL DE DISTRIBUCIÓN	7
• NOMBRE Y CARACTERISTICAS DEL CLIENTE	8
• PREFERENCIAS ARANCELARIAS	10
• MEDIO DE TRANSPORTE A UTILIZAR	10
• REGULACIONES Y BARRERAS NO ARANCELARIAS APLICABLES	10
• ENVASE Y EMBALAJE A EMPLEAR Y NORMATIVIDAD EN EL PAIS COMPRADOR	11
• FACTIBILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	13
• APOYO FINANCIERO POR PARTE DE LA BANCA DE DESARROLLO	16
• FORMA DE PAGO. TIPO DE INCOTERM A UTILIZAR	14
• CONTRATOS	15
• FORMATOS NECESARIOS PARA LA EXPORTACION	16
• BASES LEGALES EN EL PROCESO DE EXPORTACION	19
• CONCLUSIONES	22



I.- INTRODUCCIÓN

Hoy en día donde las fronteras al comercio entre países ya no existen, y donde las empresas se enfrentan a una competitividad constante, el vender productos de calidad a bajo costo en el momento y lugar adecuado es fundamental para permanecer en el mercado, la importancia del marketing es de gran valor para cualquier empresa. El desarrollo del comercio exterior exige estudios del producto y del mercado para lograr el éxito en su posicionamiento. El presente trabajo trata de reunir la mayor información respecto al mercado de los cinturones de pita, producto elegido para este estudio por mostrar características tales como:

Es un producto producido en muchos estados de la república Mexicana en pleno desarrollo y con las facilidades para el Comercio Exterior

El producto en sí tiene diseño propio en su elaboración y un gran potencial para poder ser exportado por la capacidad de producción y satisfacer la demanda de este producto elaborado con calidad en el exterior del país.

Cabe señalar que la información obtenida e investigaciones realizadas en las Secretarías relacionadas con el Comercio Exterior como son: SECOFI Y BANCOMEXT. Fueron determinantes para la elección del mercado de la Unión Europea para comercializar éste producto. Y han sido modificados algunos datos con la realidad y experiencia de OBREGON CORPORACION (que lleva en la sustentabilidad REAL y en su experiencia a través de piteadofino)

Empezaremos una típica historia de cualquier microempresario (Entendiendo por Microempresario – Emprendedor a cualquier persona quien sin importar la edad esta registrada ante el SAT En México y declare sus obligaciones formalmente, que sabe diseñar los dibujos en piel, tiene al menos un grupo de personas que le bordan (Que no usa la mano de obra de los internos de cualquier penal y abusa de la condición de personas recluidas en cualquier sistema penitenciario al pagar muy barato por esta ardua labor y cuenta con al menos una máquina eléctrica de costura recta y/o de pespunte) que al menos pueda elaborar con estos básicos elementos la demanda de cualquier comercio mayorista distribuidor en el Norte del país

Uno de los principales problemas es que estos aprendices de talabartería con solo saber lo elemental en la fabricación de artículos sencillos de piel (cinturones principalmente, carteras y fundas para navajas muchas veces solo cuando los solicita algún cliente y en raquitas cantidades)

Actualmente la empresa ha avanzado su capacidad de producción ampliando el conjunto productivo y abriendo un horizonte amplio y sólido para la exportación

Cauhtemoc # 116 Col Rigo Boca del Río Veracruz.91920

(229) 938 7712 Fax: (229) 922 3064

www.piteadofino.com

NOMBRE DEL PRODUCTO

CINTURONES PITEADOS

III.- SECTOR AL QUE PERTENECE EL PRODUCTO

Industrial. De acuerdo con la clasificación de las empresas que se basa en el proceso de producción, nuestra empresa se determina industrial.

IV.- DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

DEFINICION DEL PRODUCTO QUE ELABORA LA EMPRESA

Cinturón bordado en piel con hilo de algodón o de pita, terminado con una preciosa apariencia, además de una excelente calidad.

Es un producto duradero, de consumo por comparación, sensible a la presentación y al estilo.

V.- ANALISIS DE LA EMPRESA

CAPACIDAD DE PRODUCCION:

Es una empresa pequeña, pero esto no significa poca producción, es decir, ésta produce por semana 300 cinturones de hilo y de pita lo que significa 1200 cinturones mensuales, contando con 5 empleados para realizar las distintas funciones en la elaboración de los mismos. La empresa generará directamente 250 empleos, compuestos por los bordadores de los cinturones. En el área administrativa se requerirá de un Gerente de Producción y un Gerente de Comercialización así como un Gerente de Marketing.

ORGANIGRAMA

VI.- CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La fracción arancelaria del producto es la **4203.30.00** contemplado en el Sistema Generalizado de Preferencias con la Unión Europea (Alemania, específicamente)

VII.- ESTUDIO DEL MERCADO META

ALEMANIA:

Su nombre oficial es República Federal de Alemania, el lenguaje oficial utilizado en este país es el alemán. Es uno de los países más desarrollados de Europa, es el tercer país más extenso en Europa Occidental; después de Francia y España, cuenta con uno de los P.I.B más altos de la U.E.

Las vías fluviales son el medio de transporte por excelencia, siendo el río más importante el Rhin du Main.

Su clima es marítimo y continental con invierno largo y frío. Temperaturas extremas registradas en la capital: -22° centígrados (mínima), 37° centígrados (máxima).

Se ha mantenido con una tasa de crecimiento en su población del .1% desde 1980, y su proyección hacia el año 2000 se mantiene con esta misma cifra; su estructura poblacional hasta 1996, se encuentra como sigue: menores de 15 años 16%, de 15 a 64 años es del 68% y de mayores de 65 años es del 16 %.

En 1996, contaba con 34.3 millones de viviendas, que albergaban a 2 habitantes promedio, con una superficie de vivienda por persona en termino medio de 28 metros cuadrados, y una superficie promedio de vivienda de 105 metros cuadrados.



DIVISION POLITICA:

Cuenta con 16 estados; su capital es Berlín. Limita al norte con el mar Báltico y el Mar del Norte, al este con Polonia, y con la República Checa, al sur, con Austria, Suiza y Francia, al oeste, con Luxemburgo, Bélgica y los países bajos.

PRINCIPALES CIUDADES:

Hamburgo (1'661,000 habitantes), Múnich (1'237,000 habitantes), Colonia (1'004,000 habitantes), Francfort (647,000 habitantes), Essen (626,000 habitantes), Dortmund (600,000 habitantes), Stuttgart (584, 000 habitantes), Düsseldorf (577,000 habitantes), Bremen (552,000 habitantes), Berlín (3'438,000 habitantes), Duisburg (537,000 habitantes), Leipzig (508,000 habitantes), Nuremberg (459,000 habitantes), Dresde (488,000 habitantes).

ASPECTOS ECONOMICO-COMERCIAL DEL PAIS META:

- Sistema de pesas y medidas:

Se aplica el sistema métrico decimal.

Esto, representa una ventaja para CUALQUIER PRODUTOR, ya que al ser compatibles sus sistemas de pesos y medidas, no se incurre en riesgos de confusión en estos puntos.

- Idiomas de negocios:

Ingles y alemán. En este país se hacen negocios en el idioma ingles, lo que es una ventaja para nuestra empresa, ya que no contamos con personal que hable alemán.

- Moneda y tipo de cambio en dólares.

Marco Alemán (DM) \$ 1 USD = 1.54 marcos.

- Sistema financiero:

Cuenta con sus principales bancos que son: Deutsche Bank, Bundesbank, Kreditanstalt Bank. El comercio de títulos funciona de forma descentralizada a través de las bolsas de Berlín, Bremen, Francfort, Hamburgo, Hannover, Munich y Stuttgart. Francfort del Meno es la plaza bursátil más importante del país.

Tasa de interés promedio: a corto plazo (180 días máximo), se aplica a la tasa Libor. A largo plazo, se aplica una tasa fija (máximo 5 años), de 6.46%.

- Puertos de Acceso:

Bremen (Río Weser), Hamburgo (Río Elba), Rostock (Río Warnow), Wilhelmshaven (Golfo de Jade).

- Aeropuertos más importantes:

Número total de aeropuertos, 40, los más importantes son:

Colonia- Bonn (en Bonn), Echterdingen (Stuttgart), Francfort (en Francfort), Klotzche (en Dresde), Josef Stratuss (en Munich), Fuhisbutte (en Hamburgo), Klotzche (en Dresde) , Langenhagen (en Hannover) , Rhein-Rhur (en Düsseldorf), Schönefeld (en Berlín), Tegel (en Berlín).

CIUDAD LIBRE Y HANSEÁTICA DE HAMBURGO

Hamburgo es el principal puerto de mar de la República Federal de Alemania y a la vez la principal plaza del comercio exterior y del tránsito de mercancías. El polígono industrial del puerto incluye astilleros, refinerías y factorías de elaboración de materias primas extranjeras. Junto a estos ramos industriales típicos de los puertos han adquirido una importancia creciente las empresas aereoespaciales, la industria electrónica, la mecánica de precisión, la óptica y la industria química.

El auge de Hamburgo como ciudad comercial se inició a partir de 1189, por los privilegios aduaneros y económicos. Fue uno de los primeros miembros de la Hansa y en Mar del Norte y el Báltico.

Hamburgo es el segundo emplazamiento industrial más importante de Alemania y punto central de un espacio económico de 2,8 millones de personas, pero sus extensos parques, alamedas, tierras de cultivo, huertas, bosques, turberas y landas la convierten en una ciudad verde.

Hamburgo es asimismo el principal centro bancario y de servicios para todo el norte de Alemania. Indiscutido es el papel de Hamburgo como metrópoli de los medios de comunicación y concretamente como sede de las editoriales de las principales revistas alemanas, de la Deutsche Presse-Agentur y de diversas cadenas y estudios de radio y televisión.

PRODUCCION DOMESTICA:

No se producen cinturones típicos en cantidades significativas, ni del tipo artesanal mexicano, por lo que hace de este tipo de cinturón uno exótico, novedoso y atractivo, dando a la industria mexicana de este ramo una gran ventaja para su comercialización en Alemania, quien tecnológicamente es similar a los Estados Unidos, produce poca variedad de cinturones, sin embargo como se caracterizan por tener alta calidad, durabilidad y funcionalidad en sus manufacturas, son en general industrias muy desarrolladas, ya que cuentan con maquinaria altamente especializada y compleja.

CONSUMO APARENTE:

Debido a la carencia de una fracción específica para los cinturones típicos, es difícil determinar su consumo, sin embargo la Consejería Comercial de Bancomext en Bonn, ha determinado que el mercado no es muy amplio pero sí atractivo por ser un producto novedoso y original en los estilos de decoración y ambientación en las modas actuales.

CONSUMO PER CAPITA:

Se estima que el consumo per cápita de este producto, sea de una pieza por hogar, aunque debido a su versatilidad, puede ser adquirido para oficinas, hoteles y restaurantes.

VIII.- CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

La empresa está orientada a la comercialización del producto en el mercado internacional, preferentemente al mercado Europeo.

Dentro de los países a exportar destacan: Francia, Alemania, Reino Unido y España.

Un estudio proporcionado por la empresa obtenido en las oficinas de SECOFI nos muestra las características de los distintos mercados internacionales, lo que sirvió de guía para determinar la estrategia a seguir, orientándonos a aquel mercado más rentable y adecuado para las aspiraciones de la empresa y en el cual estos productos artesanales son más aceptados:

PUNTOS DE VENTA	PROXIMIDAD GEOGRÁFICA	PRECIO	RIESGO	VOLUMEN	SATISFACTOR ADICIONAL	PRODUCTO
E.U.A	Excelente	Castigado	Medio	alto	Orgullo de exportador	Artesanías
Canadá	Excelente	Castigado	Bajo	alto	Orgullo de exportador	Artesanías
Europa	Media	excelente	Bajo	Medio y alto	Orgullo de exportador	Artesanías en piel
América Latina	Media	bueno	Alto	medio	Mercado poco aprovechado	Artesanías
Oriente medio	Lejana	excelente	Medio	Bajo inicial	Problemas de transporte	artesanías

COMPETIDORES NACIONALES:

EMPRESA	LUGAR DE UBICACION	PAIS DESTINO
"MARTHA CREATIONS"	Veracruz, Ver.	SAN ANTONIO TEXAS, E.U.

COMPETIDORES INTERNACIONALES:

Por tratarse de un producto artesanal 100% mexicano, completamente manufacturero; y después de haber realizado una investigación en Bancomext y SECOFI, no existe otro país que realice éste tipo de artesanías, es decir, existen sustitutos pero no con el material que éstos están realizados.

SEGMENTO DEL MERCADO

La comercialización de cinturones en estos países se orientará hacia grupos de ingresos medios y medios altos ya que se trata de un producto elaborado de piel vacuna de costo medio, sin discriminación de edad puesto que se cuenta con tallas pequeñas como para niños y podrá ser adquirido durante toda la época del año. De igual manera que estas características permitan que sea un producto de fácil adquisición, es factible de la estrategia mercado lógica a seguir para su introducción sea enfocada a determinados sectores, como por ejemplo a los jóvenes que desean adquirir un producto totalmente accesible en precio y de buena calidad, así como también aquellos sectores de consumidores que gusten de la artesanía 100% mexicana.

El mercado alemán ofrece a la industria mexicana de la talabartería una alternativa real de venta. Actualmente Alemania es el segundo importador de productos tradicionales en el mundo. A raíz de la unificación alemana, las importaciones de accesorios se incrementaron debido a dos factores: el considerable aumento en la demanda que no logró cubrirse con la producción nacional, y la disminución en la producción debido al creciente costo de producción en Alemania.

México tiene la capacidad de ofrecer en el mercado alemán cinturones de diseño novedoso, que ya han comenzado a despertar el interés de los importadores alemanes.

Los productos mexicanos deberán, sin embargo, adecuarse al exigente mercado alemán que demanda estándares de calidad muy altos. El proceso de adecuación de los cinturones deberá concentrarse en aspectos como el biodeterioro, acabados y materiales

La puntualidad en la entrega es un factor trascendental para lograr entrar en el mercado alemán. Una vez que el importador coloca un pedido y que recibe de su proveedor la confirmación de la fecha de entrega, realiza sus actividades promocionales, tales como la inserción del producto en un catálogo o folleto, en función de esa entrega esperada. Cuando un comprador no cumple con la entrega, ellos tampoco podrán vender lo que anunciaron en las publicaciones. Independientemente de que, según la ley alemana, puede demandar a su proveedor por daños y perjuicios y exigir el pago de la publicidad hecha al producto, la empresa no vuelve a tratar con ese proveedor, porque dañó la imagen de su empresa. En casos como éste se perjudica también la imagen del país de la empresa que quedó mal, cerrándole las puertas a otras empresas del mismo país.

VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA.

La ventaja competitiva de ésta empresa se puede ver claramente en la facilidad de acceso a las materias primas y el bajo costo de obtenerlas, ya que se piden por mayoreo a la Cd. de León Gto. A la empresa "Surtidora de Piel y Material de Talabartería" S. A de C.V misma que los entrega a domicilio (siempre y cuando se le compre por mayoreo). De los otros productos (hilo y pita) no existe problema ya que éstos se producen localmente en la población.

OFERTA EXPORTABLE.

La pequeña empresa "En estudio" planea inicialmente penetrar al mercado europeo solo con cinturones sencillos (normales) debido a la investigación realizada en revistas de BANCOMEXT "Negocios Internacionales" y con la cual se concluyó que sería por lo pronto la estrategia más adecuada para tratar de lograr su aceptación en el mercado alemán.

Se pretende ofertar mensualmente 500 cinturones de hilo de algodón y 500 de hilo de pita.

VALOR COMERCIAL DE LA EXPORTACION

Ley aduanera

Titulo tercero contribuciones, cuotas compensatorias y demás regulaciones y restricciones no arancelarias al comercio exterior

Capitulo iii base gravable

Sección segunda del impuesto general de exportación

Articulo 79

A base gravable del impuesto general de exportación es el valor comercial de las mercancías en el lugar de venta, y deberá consignarse en la factura o en cualquier otro documento comercial, sin inclusión de fletes y seguros.

Cuando las autoridades aduaneras cuenten con elementos para suponer que los valores consignados en dichas facturas o documentos no constituyen los valores comerciales de las mercancías, harán la comprobación conducente para la imposición de las sanciones que procedan.

IX.- TIPO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Es recomendable, la impresión de folletos, catálogos, listas de precios, tarjetas personales, así como también modernizar sus logotipos empresariales para la buena presentación de sus productos ante compradores nacionales y extranjeros; ya que esto es parte de la imagen y seguridad que la empresa proyecta ante ellos.

Se sugiere el desarrollo de una marca propia para los productos de exportación, que marque el prestigio y calidad de los productos, mediante el uso de placas metálicas con el nombre de la empresa o con un sello metálico que queme la piel.

Ya que una de las ventajas competitivas de los cinturones de a producir, debe radicar en la calidad de sus ensamblados, el incluir un pequeño diagrama de este sistema, daría al producto una ventaja competitiva, aseguramiento de su calidad, confianza al cliente final y publicidad a la empresa fabricante.

En Alemania, la práctica de exportación más frecuentemente utilizada en el mercado de los accesorios es a través del envío de catálogo con precios. Generalmente los importadores de cinturones prefieren trabajar con proveedores que hayan firmado contratos con alguna asociación talabartera lo que les garantiza que es una empresa seria y tiene mayor aceptación.

X.- CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible, en el lugar, cantidad y tiempo que lo solicite, y al costo más bajo.

Como el canal de distribución y venta se eligieron a los distribuidores detallistas en artículos de decoración y accesorios. Estos compran el producto y lo venden por su cuenta a la clientela del territorio en que operan. De esto se obtiene como ventaja, que el financiamiento de campañas publicitarias y promociones son parte del distribuidor, y que se cuenta con el servicio de su red comercial y técnica.

FORMULACION DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN.

Cálculos del precio de exportación por cinturón (sencillo) con base en los Incoterms que se pretenden negociar con Alemania:

INCOTERM	PRECIO	PRECIO	PRECIO
	PESOS MEXICANOS	USD	DM
EX - W	450.40	47.4	194.4
DES/Veracruz	832.80	87.6	269.51
CIF/Breverhaven	1646.20	173.2	425.67

El precio incluye: Empaque, embalaje y etiqueta de exportación, transporte al muelle, seguro, maniobras de carga al buque e impuesto a la exportación.

El tiempo de entrega será 30 días después de haber recibido la confirmación.

XI.- NOMBRE Y CARACTERISTICAS DEL CLIENTE

La siguiente lista describe algunos nombres de importadores alemanes de cinturones típicos proporcionados por Bacomext y por la filial en Alemania:

PETER BOUE GUENTER & GERHARD WELM

Feldbrunnenstr. 72 GmbH & Co. KG

20148 Hamburgo, Alemania Waltherstr. 27

Tel.: (49-40) 4103056/57 80337 Muenchen, Alemania

Fax: (49-40) 4107355 Tel: (49-89) 51730

Fax: (49-89) 517345

H.H. HANSEN INDUSTRIE BETEILIGUNG ACHIM HAASE

GmbH Radenwisch 55

Mattenwiete 1 22457 Hamburgo, Alemania

20457 Hamburgo, Alemania Tel: (49-40) 5511224

Tel: (49-40) 367824 Fax: (49-40) 5505335

Fax: (49-40) 366593

JOH. ACHELIS 6 SOEHNE HAEFELE Kg

Stavendam 22 Freudenstaedterstr. 70

28195 Bremen, Alemania 72202 Nagold, Alemania

Tel: (49-421) 33670 Tel: (49-7542) 951

Fax: (49-421) 327871 Fax: (49-7542) 67312

H.SHNEIDER MUSTERRING INTERNATIONAL J.

Strandbaddamm 2-4 HOENER GmbH &Co. KG

2280 Wedel, Alemania Hauptstr. 134

Tel: (49-4103)8090 33378 Rheda-Widenbruek, Alemania

Fax: (49-4103)809390 Tel: (49-5242) 59201

Fax: (49-5242) 592149

MI-UND EXPORTGESELLSCHAFT WALTER E. TRAXLER

EDELMANN MbH Auf der Heide 12

Sidem 9 61476 Kronber, Alemania

20099 Hamburgo, Alemania Tel: (49-6173) 61015

Tel: (49-40)245297/98 Fax: (49-6173) 68754

Fax: (49-4103)245299

Sus características van dirigidas hacia la calidad y detalle en los terminados, es altamente aceptado en cinturones de pita.

XII.- PREFERENCIAS ARANCELARIAS

Los exportadores de cinturones también deben conocer las alternativas de exportar a otros mercados demandantes de productos mexicanos, como los europeos.

En los países de la Unión Europea, también existen esquemas preferenciales a la importación de accesorios procedentes de nuestro país, al ser considerado nación en desarrollo.

En efecto, las exportaciones de los países en vías de desarrollo pueden ingresar a la U.E. recibiendo el trato especial establecido en su Sistema Generalizado de Preferencias (S.G.P.) .

Para optar por este derecho, la preferencia arancelaria estará subordinada a la presentación ante las autoridades aduaneras de la U.E. de un certificado de origen el cual debería estar sellado por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial de México (SECOFI) .

Como en otros países que cuentan con esquemas preferenciales similares, en la U.E. también existen límites máximos para las importaciones que se realicen al amparo del programa preferencial. Si las importaciones preferenciales superan estos límites, los países que conforman este mercado pueden solicitar que se establezcan los aranceles normales a la importación de estos productos.

Lo anterior quiere decir, que las importaciones de cinturones provenientes de México pueden ingresar al mercado europeo con la preferencia arancelaria, si cuando menos un 35% del valor agregado se genera en el país beneficiario. Para ello, es requisito que los exportadores demuestren el contenido nacional mínimo requerido a través de la presentación del certificado de origen correspondiente mencionado.

XIII- MEDIO DE TRANSPORTE A UTILIZAR

El medio de transporte a utilizar será el MULTIMODAL, el cual contemplará el auto transporte (Trailer de 40 x 20 pies) por parte de la empresa ALMEX, S.A. de C.V. para transportar la mercancía de la bodega al puerto de Veracruz.

El transporte que se utilizará para trasladar la mercancía del puerto de Veracruz al puerto de Hamburgo, Alemania, será el Marítimo de Altura contratando un servicio regular perteneciente al sistema de conferencias marítimas, por la razón de que ofrecen un servicio de primera además disposición segura.

La decisión de este medio de transporte debe ser elegida por la seriedad del servicio que tenga siendo proporcionado el nombre de una empresa transportadora dentro de la amplia gama que existen para esto pero se hace referencia de una para propósitos de este proyecto.

XIV.- REGULACIONES Y BARRERAS NO ARANCELARIAS APLICABLES

Los controles de calidad, etiquetado y materias primas en empaques deben ser amigables con el medio ambiente, es decir reciclables y no tóxicos (lacas, pinturas y ceras), forman importantes puntos a tomar en cuenta para la introducción de productos manufacturados a la Comunidad Europea.

TIPO DE MATERIAL

Materia prima	Proveedor	Ubicación	Disponibilidad
Piel y forro	Surtidora de Piel y material de talabartería, S.A de C.V	León, Guanajuato	Todo el año
Hilo de Algodón	"La Cigüeña"	Emilio Carranza, Ver.	Todo el año
Hebillas	"La Cigüeña"	E. C. Veracruz	Todo el año
Postes, sujetan al cinturón de la hebilla (broches)	"La Cigüeña"	E.C. Veracruz	Todo el año
Resistol de agua y harina (engrudo)	Solo la harina para realizarlo (tiendas)	Casero, es decir, realizado por el mismo artesano en casa.	Todo el año
Pita	Abundante en los estados de Oaxaca, Guerrero, Veracruz, Chiapas Mex. Y en el Peten en Guatemala	Preguntas a las Secretarías de agriculturas locales que fomenten tales proyectos agrícolas	Con mayor producción en los meses de julio a Enero.

MEDIDAS Y DIMENSIONES

Si bien no existen normas oficiales para la determinación de accesorios o cinturones, el fabricante extranjero deberá tener en cuenta que dentro de la Unión Europea pueden existir diferentes medidas dependiendo de cada país en particular.

SELLOS DE GARANTIA

Para cumplir con esta ley, estos accesorios deben de someterse a pruebas de laboratorio autorizados por el Ministerio de Asuntos Sociales y del Trabajo de Alemania. De pasar las pruebas se otorgará un sello de " Seguridad Comprobada" (GS-Zeichen), como el que se muestra a continuación:

Sello: Calidad Certificada

También existe en Alemania un control de calidad para los accesorios que se comercializan en su mercado. En caso de cumplir los requisitos de calidad los cinturones obtendrán un "Certificado de Calidad "otorgado por los institutos o laboratorios autorizados. El emblema de este sello es el siguiente:

Sello: Seguridad Aprobada

Sicherheitszeichen:

ACABADO DEL CINTURON

La demanda de los diversos tipos de cinturones ha reflejado los cambios en las preferencias de diseño y de uso de materiales de los compradores europeos. En general, el gusto por el cinturón clásico proveniente de diseños italianos y escandinavos. No obstante en la última década se han observado cambios hacia diseño de cinturones que contengan interiores más decorativos, así como a utilizar otros materiales más casuales. De ésta forma, cinturones con estilo rústico están siendo aceptados en estos países (incluyendo aquellos provenientes de países como Filipinas, Indonesia y países latinoamericanos) especialmente de Brasil.

INFORMACION BASICA

En materia de etiquetado en el mercado europeo se está implementando el uso de símbolos que pueden incluirse en una etiqueta de información a los consumidores, en donde se especifique principalmente:

- Materiales usados
- El acabado
- Requerimientos de cuidado de los productos

Si bien existen disposiciones que tienden a ser aplicación general en toda la unión europea, no obstante, es conveniente saber de algunas características particulares que se establecen en ciertos países.

Por ejemplo, para el caso del mercado holandés, se utiliza el llamado PIN como un sistema de información que desarrolla la Asociación de Fabricantes de accesorios de Holanda.

Otro ejemplo se tiene en el Reino Unido, en donde las regulaciones de etiquetado, especifican la necesidad de que los accesorios nuevos que se comercializan deben tener dos etiquetas. Una etiqueta permanente y otra movable.

ETIQUETA MOVIBLE Y PERMANENTE

La etiqueta movable debe colocarse en el cinturón en alguna posición que sea claramente visible y que pueda leerse fácilmente ambos lados de la etiqueta.

XV.- ENVASE Y EMBALAJE A EMPLEAR Y NORMATIVIDAD EN EL PAIS COMPRADOR

CONSIDERACIONES BASICAS

Los cinturones son mercancía que en general resultan no tener un gran peso, volumen y en general es fácil su manejo. Por ello, el embalaje y el transporte pueden representar un costo alto para el exportador. Por estas razones es recomendable que el exportador de cinturones cuide los procesos de empaque, embalaje y transporte, a fin de reducir costos además de evitar posibles daños ocasionados durante el envío de los productos.

El objetivo del buen embalaje de cinturones de exportación es protegerlos contra daños y desperfectos durante el almacenamiento, el transporte y la distribución, a fin de que lleguen en condiciones óptimas a su lugar de destino.

Cabe señalar que una parte importante de los cinturones exportados llega a su destino con daños. Esto resulta perjudicial para el fabricante y exportador.

Los principales riesgos para la exportación de cinturones son:

- Golpes y choques
- Compresión
- Vibraciones
- Roturas
- Mellas y manchas
- Decoloración
- Rayas y arañazos
- Moho, deshidratación y otros daños

Es muy importante el embalaje de los diversos tipos de cinturones ya que necesita un manejo cuidadoso y seguro para que cada uno de ellos llegue a su destino tal y como sale de los talleres.

Para el embalaje de estos productos se utilizan principalmente:

- Reja cuadrada de madera
- Caja de cartón doble corrugado
- Fibra de papel o madera
- Ixtle

El cartón es un material muy usado como amortiguante y como embalaje y recientemente en tarimas de carea por su buena resistencia al choque y a las vibraciones; es posible darle propiedades impermeables aplicando películas de parafina o polietileno. Es mejor que las cajas se adhieran con pegamentos insolubles en agua o mediante cinta engomada a que se armen con grapas de metal cobrizado.

Además al cartón corrugado se le aplica una prueba de control de calidad; se ejerce una fuerza perpendicular al eje de las flautas (papel fabricado con una mezcla de papel semi-kraft y otros elementos como celulosa de bagazo de caña o paja) el valor (en kg/cm cuadrados) ofrece una representación numérica de la resistencia y calidad del cartón.

NORMAS DEL PAIS COMPRADOR

En Alemania la funcionalidad y la seguridad son los dos criterios principales para definir la calidad del cinturón. Las normas de funcionalidad son establecidas por asociaciones de fabricantes de cinturones y son de cumplimiento voluntario. En cambio los criterios de seguridad son establecidos por ley y son de cumplimiento obligatorio.

Por consiguiente debemos de verificar las reglamentaciones vigentes y las normas que están en proceso de aplicarse, a fin de adaptar las condiciones de nuestros productos y permitir la comercialización en Alemania.

XVI.- FACTIBILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

El mercado alemán ofrece a la industria mexicana de los accesorios una alternativa real de venta. Actualmente Alemania es el segundo importador de accesorios en el mundo. A raíz de la unificación alemana, las importaciones de accesorios se incrementaron debido a dos factores: el considerable aumento en la demanda que no logró cubrirse con la producción nacional, y la disminución en la producción debido al creciente costo de producción en Alemania.

La evolución de las ventas totales en los últimos años de este producto registra un crecimiento anual de más del 20% a excepción de 1995, provocado principalmente por la crisis post-devaluatoria que afectó al país.

Las ventas programadas para el cierre de 1998 asciende a más del 100% respecto a los años anteriores ya que ha habido un incremento a las ventas de exportación principalmente.

La flexibilidad, adaptabilidad y versatilidad de sus productos, así como la calidad de la piel (materia prima) han llevado a esta empresa a lograr una tasa de crecimiento media anual en sus exportaciones del 110% con una oferta exportable para 1998 unidades.

XVII.- APOYO FINANCIERO POR PARTE DE LA BANCA DE DESARROLLO

Bancomext financia proyectos de nueva creación, de ampliación o modernización de empresas ya establecidas con proyectos viables desde el punto de vista técnico, de mercado, administrativo y financiero que produzcan bienes y/o servicios no petroleros y que directa o indirectamente generen divisas.

Esta banca apoya hasta con el 50% de monto total de la inversión para proyectos de nueva creación y hasta el 85% del valor del proyecto, en el caso de proyectos completos, de ampliaciones y/o modernizaciones de empresas en marcha.

Los créditos se otorgan en dólares estadounidenses, o en moneda nacional, de acuerdo con los requerimientos del cliente, a plazos que se determinan en función de los flujos de ingresos, del proyecto.

Para que una empresa sea susceptible de recibir un crédito directo por parte de Bancomext, debe entregar la solicitud de crédito que Bancomext le proporciona, debidamente solicitada, y acompañada de la información que en ella se establece para este tipo de apoyo (de carácter legal, financiero, de mercado, administrativo y técnico, principalmente).

Una vez aceptado el otorgamiento del crédito, para disponer de los recursos las empresas deben entregar a Bancomext

Copia de los documentos siguientes:

- Facturas de los bienes y servicios, comprobantes de apoyo, y pedimentos de importación.
- Pedidos u ordenes de compra a proveedores extranjeros.
- Carta de instrucción de pago, en su caso.

Actualmente se tramita un crédito en primer piso de Bancomext por un monto de _____, que pretende utilizar en el mejoramiento de su planta productiva, financiar la producción de exportación y pago de nominas; es decir para capital de trabajo.

La empresa "XY" solicita una línea de crédito a Bancomext por un monto de _____ para la pre-exportación, y otro de _____ para financiar sus ventas de exportación; en base a pedidos y facturas de exportación, lo anterior debido a que la empresa financia estas actividades, con recursos propios ya que no cuenta con líneas de crédito en ninguna institución bancaria que le otorgue financiamientos sobre pedidos y facturas así como cartas (Recomendamos a bancos e instituciones financieras antes de APROBAR y otorgar cualquier financiamiento a empresa altamente exportadora y/o productora de productos piteados contactar libremente a OBREGON CORPORACION para la otorgación de proyecciones en números reales en base a ventas y gastos generados en ejercicios reales en experiencias y actividades de exportación de tales artículos)

De tipo y forma para la obtención de solicitudes de crédito irrevocables, que permitiría financiar esta actividad exportadora.

XVIII.- FORMA DE PAGO. TIPO DE INCOTERM A UTILIZAR

Para el primer pedido se requiere el 50% de anticipo y 50% en Carta de Crédito. Una vez que se le establezca una línea de crédito se podrá financiar a 30, 60 y 90 días.

FORMA DE PAGO:

A través de Carta de Crédito irrevocable y confirmada es decir, para modificarse o cancelarse se deberá hacer solo con todas las partes estando de acuerdo y aquel banco que haya notificado es el que pague en caso de incumplimiento del comprador.

TIPO DE INCOTERM A UTILIZAR:

Delivered Ex Ship DES (Entregado fuera del barco)

Significa que el vendedor termina su obligación de entrega cuando los artículos han sido puestos a disposición del comprador a bordo del barco sin trámites de importación en el puerto de destino asignado. El vendedor tiene que asumir los costos y riesgos por traer los artículos al puerto de destino asignado.

A. OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

- A.1. Proveer los artículos de conformidad con el contrato.
- A.2. Permisos, autorizaciones y trámites.
- A.3. Contrato de transporte y seguro.
- A.4. Entrega.
- A.5. Transferencia de riesgos.
- A.6. División de costos.
- A.7. Advertencia del comprador.
- A.8. Comprobante de entrega, documento de transporte o mensaje electrónico equivalente.
- A.9. Revisión, empaque y marcado.
- A.10. Otras obligaciones.

B. OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

- B.1. Pago del precio.
- B.2. Permisos, autorizaciones y trámites.
- B.3. Contrato de transporte.
- B.4. Aceptación de la entrega.
- B.5. Transferencia de riesgo.
- B.6. División de costos.
- B.7. Advertencia al vendedor.

B.8. Comprobante de entrega, documento de transporte o mensaje electrónico equivalente.

B.9. Inspección de los artículos.

B.10. Otras obligaciones.

La mercancía se mandará de México al puerto de Hamburgo donde lo recogerá el detallista.

XIX.- CONTRATOS

CONTRATO DE COMPRA-VENTA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE LA
EMPRESA _____ REPRESENTADA POR _____

_____ A QUIEN EN LOS SUCESIVO SE LE DESIGNARA COMO “ LA VENDEDORA” Y POR
OTRA, LA EMPRESA _____

_____ REPRESENTADA POR _____

_____ A QUIEN EN ADELANTE SE LE DENOMINARA COMO “LA COMPRADORA” , DE ACUERDO CON
LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

SOLUCION DE CONTROVERSIAS

Bancomext, a través de COMPROMEX puede ayudarlo en la solución de controversias entre particulares (clientes, proveedores, etc.) derivadas de una transacción comercial, como por ejemplo, falta de liquidez, incumplimiento en la entrega de mercancía, producto de baja calidad a la pactada en el contrato, entre otros. La asesoría se proporciona mediante procedimientos conciliatorios o arbitrales. Compromex, también podrá emitir su opinión sobre aspectos jurídicos del comercio internacional.

Precios:

En conciliación 5% por litigio resuelto; en arbitraje 15% resuelto; dictamen 10%.

Para empresas mexicanas el precio en ningún caso es superior a \$5,220 (mas IVA)

En litigios menores a U\$20,000. El servicio es sin costo para empresas mexicanas.

CONTRATO DE COMPRA VENTA

DECLARACIONES

DECLARA " LA VENDEDORA "

I.- QUE ES UNA SOCIEDAD ANONIMA LEGALMENTE CONSTITUIDA DE CONFORMIDAD A LA ESCRITURA PUBLICA N° _____ PASADA ANTE LA FE DEL NOTARIO PUBLICO N° _____ LICENCIADO _____

DE LA CIUDAD DE _____.

II.- QUE DE ACUERDO A SU OBJETO SOCIAL SE DEDICA ENTRE OTRAS ACTIVIDADES A LA (FABRICACION Y/O COMERCIALIZACION NACIONAL E INTERNACIONAL) DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:

III.- QUE CUENTA CON EL PERSONAL ADECUADO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES A QUE SE REFIERE LA DECLARACION QUE ANTECEDE.

IV.- QUE EL SR. _____ EN SU LEGITIMO REPRESENTANTE Y CONSECUENTEMENTE SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE FACULTADO PARA SUSCRIBIR EL PRESENTE INSTRUMENTO.

DECLARA " LA COMPRADORA "

V.- QUE ES UNA EMPRESA CONSTITUIDA DE ACUERDO A LAS LEYES VIGENTES EN _____ Y QUE SE DEDICA, ENTRE OTRAS ACTIVIDADES, A LA IMPORTACION DEL PRODUCTO A QUE SE REFIERE LA DECLARACION II DE ESTE CONTRATO.

VI.- QUE EL SEÑOR _____ EN SU CARÁCTER DE _____ ES LEGITIMO REPRESENTANTE Y ESTA FACULTADO PARA SUSCRIBIR ESTE CONTRATO.

DECLARAN AMBAS PARTES:

VII.- QUE TIENEN INTERES EN REALIZAR LAS OPERACIONES COMERCIALES A QUE SE REFIERE EL PRESENTE CONTRATO, DE CONFORMIDAD A LAS ANTERIORES DECLARACIONES Y AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

CLAU S U L A S

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO. " LA VENDEDORA " SE OBLIGA A ENAJENAR Y " LA COMPRADORA " A ADQUIRIR: (ESPECIFICAR CANTIDAD Y CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO)

SEGUNDA.- PRECIO. EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS OBJETO DE ESTE INSTRUMENTO QUE "LA COMPRADORA" SE COMPROMETE A PAGAR SERA LA CANTIDAD DE (PRECISAR NUMERO Y LETRA). PRECISAR TIPO DE COTIZACION ICOTERMS 90- INDICANDO PUNTO DE ENTREGA DEL PRODUCTO, LUGAR DE ORIGEN Y DE DESTINO).

"LA VENDEDORA Y LA COMPRADORA" SE OBLIGAN A RENEGOCIAR EL PRECIO CONVENIDO, CUANDO ESTE SEA AFECTADO POR VARIACIONES EN EL MERCADO INTERNACIONAL O POR CONDICIONES ECONOMICAS, POLITICAS O SOCIALES EXTREMAS EN EL PAIS DE ORIGEN O EN EL DE DESTINO, EN PERJUICIO DE CUALQUIERA DE LAS PARTES.

TERCERA.- FORMA DE ENVIO. "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A ENVIAR LAS MERCANCIAS OBJETO DE ESTE CONTRATO AL LUGAR SEÑALADO EN LA CLAUSULA ANTERIOR CUMPLIENDO LAS SIGUIENTES ESPECIFICACIONES (ESPECIFICAR TIPO DE EMPAQUE Y EMBALAJE). IGUALMENTE "LA VENDEDORA" SE OBLIGA A ENVIAR LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS POR "LA COMPRADORA" EN LOS TERMINOS DEL PRESENTE INSTRUMENTO.

CUARTA.- FORMA DE PAGO. "LA COMPRADORA" SE OBLIGA A PAGAR A "LA VENDEDORA" EL PRECIO PACTADO EN LA CLAUSULA SEGUNDA, MEDIANTE CARTA DE CREDITO PAGADERA A LA VISTA, CONFIRMADA E IRREVOCABLE, CON VIGENCIA DE _____ MESES, EN EL BANCO _____ DE LA CIUDAD _____ CONTRA LA PRESENTACION DE LA FACTURA, DOCUMENTO DE EMBARQUE Y CERTIFICADO DE CALIDAD QUE AMPAREN LA REMISION DE LA MERCANCIA.

“LA COMPRADORA” A LA FIRMA DEL PRESENTE CONTRATO, SE OBLIGA A PAGAR A “LA VENDEDORA” EL 50% DEL PRECIO PACTADO EN LA CLAUSULA SEGUNDA, Y EL 50% RESTANTE AL RECIBIR LA MERCANCIA.

QUINTA.- ENTREGA DE LA MERCANCIA- “LA VENDEDORA” SE OBLIGA A ENTREGAR Y LA “COMPRADORA” A RECIBIR LA MERCANCIA OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO EL DIA _____ DEL MES DE _____ DE 19__ EN LA FORMA Y TERMINOS ESTABLECIDOS EN LA CLAUSULA SEGUNDA.

SEXTA.- EMPAQUE Y EMBALAJE Y GASTOS DE VERIFICACION. “LA VENDEDORA” SE OBLIGA A SUFRAGAR LOS GASTOS DE EMBALAJE Y OPERACIONES DE VERIFICACION COMO CONTROL DE CALIDAD, DE MEDIDA, PESO, RECUENTO, QUE SE REALICEN PARA QUE EL COMPRADOR PUEDA HACERSE CARGO DE LA MERCANCIA.

“LA COMPRADORA” SE OBLIGA A SUFRAGAR LOS GASTOS DE EMBALAJE Y OPERACIONES DE VERIFICACION COMO CONTROL DE CALIDAD, DE MEDIDA, PESO, RECUENTO, QUE SE REALICEN PARA QUE “LA VENDEDORA” PUEDA PROCEDER AL ENVIO DE LA MERCANCIA.

SEPTIMA.- RIESGOS Y GASTOS DE ENTREGA. “LA VENDEDORA” ASUMIRA POR SU CUENTA LOS RIESGOS Y SUFRAGARA TODOS LOS GASTOS DE LAS MERCANCIAS HASTA QUE ESTAS SE ENCUENTREN A DISPOSICION DEL COMPRADOR EN EL LUGAR Y FECHA SEÑALADOS EN LA CLAUSULA SEGUNDA Y QUINTA DE ESTE CONTRATO, SIEMPRE QUE DICHA MERCANCIA ESTE DEBIDAMENTE ESPECIFICADA.

POR SU PARTE “LA COMPRADORA” SE OBLIGA A SUFRAGAR TODOS LOS GASTOS Y ASUMIR TODOS LOS RIESGOS A PARTIR DEL MOMENTO ESPECIFICADO EN EL PARRAFO ANTERIOR, INCLUYENDO LOS ADICIONALES QUE SE OCACIONEN SI LA ENTREGA NO SE EFECTUA POR SU CAUSA, UNA VEZ QUE LAS MERCANCIAS ESTEN A SU DISPOSICION.

OCTAVA.- DOCUMENTOS VARIOS. “LA VENDEDORA” SE OBLIGA, SI ASI SE LO SOLICITA “LA COMPRADORA” POR CUENTA Y RIESGO DE ESTA ULTIMA, A PRESTAR LA AYUDA NECESARIA PARA OBTENER LOS DOCUMENTOS EXPEDIDOS EN EL PAIS DE ENTREGA Y/O DE ORIGEN Y LOS QUE NECESITA PARA EXPORTAR Y/O IMPORTAR LAS MERCANCIAS, INCLUSIVE LOS REQUERIDOS PARA SU TRANSITO POR TERCEROS PAISES.

NOVENA.- CERTIFICACION DE CALIDAD DEL PRODUCTO. A FIN DE CERTIFICAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO A QUE SE REFIERE ESTE CONTRATO, “LA VENDEDORA” ACEPTA QUE “LA COMPRADORA” DESIGNE UN REPRESENTANTE QUE INSPECCIONE Y REVISE EL PRODUCTO.

EL REPRESENTANTE DE LA “COMPRADORA” EN CADA EMBARQUE DEL PRODUCTO LEVANTARA UN ACTA EN LA QUE SE HARA CONSTAR LA CALIDAD OBSERVADA EN LA MERCANCIA POR EL MISMO, DOCUMENTO QUE PONDRÁ A DISPOSICION DE “LA VENDEDORA” Y SI ESTA LO ESTIMA CONVENIENTE LO FIRMARA DE CONFORMIDAD. EL ACTA LEVANTADA POR EL REPRESENTANTE DE “LA COMPRADORA” Y FIRMADO POR “LA VENDEDORA” SERVIRA DE CERTIFICACION DE CALIDAD DEL PRODUCTO.

EL SUPERVISOR DE “LA COMPRADORA” A QUE SE REFIERE ESTA CLAUSULA SERA DESIGNADO CON 30 DIAS DE ANTICIPACION A LA FECHA DE ENTRAR EN FUNCIONES, PREVIA NOTIFICACION QUE AL EFECTO SE FORMULE A “LA VENDEDORA”.

(OP) LA VENDEDORA SE OBLIGA A PROPORCIONAR A LA “COMPRADORA” , UN CERTIFICADO DE CALIDAD SOBRE EL PRODUCTO, EXPEDIDO POR (LABORATORIO O INSTITUCION DE VERIFICACION), EN EL CUAL RECONOCEN Y ACEPTAN AMBAS PARTES.

DECIMA.- CERTIFICADO DE ORIGEN. “LA VENDEDORA SE OBLIGA, A SOLICITUD DE LA “COMPRADORA, A OBTENER ANTE LAS AUTORIDADES COMPETENTES DE LA REPUBLICA MEXICANA, UN CERTIFICADO DE ORIGEN DE LA MERCANCIA OBJETO DEL PRESENTA CONTRATO.

DECIMA PRIMERA.- PATENTES MARCAS. “LA VENDEDORA DECLARA Y “LA COMPRADORA RECONOCE QUE LOS PRODUCTOS OBJETO DE ESTE CONTRATO Y A QUE SE REFIERE LA DECLARACION II DEL PRESENTA INSTRUMENTO, SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE REGISTRADOS AL AMPARO DE LAS MARCAS NUMEROS _____ ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL DE MEXICO.

“LA COMPRADORA SE OBLIGA POR ESTE INSTRUMENTO A PRESTAR TODA LA AYUDA QUE SEA NECESARIA A LA “VENDEDORA” A COSTO Y RIESGO DE ESTA ULTIMA, PARA QUE LAS PATENTES Y MARCAS A QUE SE REFIERE LA PRESENTA CLAUSULA SEAN DEBIDAMENTE REGISTRADAS ANTE LA OFICINA DE PATENTES Y MARCAS, CORRESPONDIENTES.

ASIMISMO, “LA COMPRADORA SE COMPROMETE A NOTIFICAR A LA “VENDEDORA TAN PRONTO TENGA NOTICIA, DE CUALQUIER VIOLACION O USO INDEBIDO A DICHAS PATENTES Y MARCAS DURANTE LA VIGENCIA DEL PRESENTA CONTRATO, A FIN DE QUE LA “VENDEDORA PUEDA EJERCER LOS DERECHOS QUE LEGALMENTE LE CORRESPONDAN.

DECIMA SEGUNDA.- IMPUESTOS. “LA COMPRADORA Y LA “VENDEDORA SE OBLIGAN A PAGAR TODOS LOS DERECHOS ARANCELARIOS E IMPUESTOS QUE A CADA UNA DE ELLAS LE CORRESPONDAN Y QUE SE CAUSE CON MOTIVO DE LAS OPERACIONES DERIVADAS DEL TIPO DE COTIZACION ELEGIDO ENTRE LAS PARTES, Y QUE SE HA HECHO REFERENCIA EN LA CLAUSULA SEGUNDA DEL PRESENTE CONTRATO.

DECIMA TERCERA.- VIGENCIA DEL CONTRATO. AMBAS PARTES CONVIENEN EN QUE UNA VEZ QUE “ LA VENDEDORA HAYA ENTREGADO LA TOTALIDAD DE LA CANTIDAD DE LA MERCANCIA ESTABLECIDA EN LA CLAUSULA PRIMERA, Y LA COMPRADORA” HAYA CUMPLIDO PLENAMENTE CON TODAS Y CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES ESTIPULADAS EN EL PRESENTE INSTRUMENTO, OPERA AUTOMATICAMENTE LA TERMINACION DE SU VIGENCIA.

DECIMA CUARTA.- RECISION POR INCUMPLIMIENTO. AMBAS PARTES PODRAN RESCINDIR ESTE CONTRATO EN EL CASO DE QUE UNA DE ELLAS INCUMPLA SUS OBLIGACIONES Y SE ABSTENGA DE TOMAR MEDIDAS NECESARIAS PARA REPARAR DICHOS INCUMPLIMIENTOS DENTRO DE LOS 15 DIAS SIGUIENTES AL AVISO, NOTIFICACION, REQUERIMIENTO O SOLICITUD QUE LA CONTRAPARTE LE HAGA EN EL SENTIDO DE QUE PROCEDA A REPARAR EL MENCIONADO INCUMPLIMIENTO.

LA PARTE QUE EJERCITE SU DERECHO A LA RECISION DEBERA DAR AVISO A LA OTRA, CUMPLIDO QUE SEA EL TERMINO A QUE SE REFIERE EL PARRAFO ANTERIOR.

DECIMA QUINTA.- INSOLVENCIA. “LA VENDEDORA PODRA DAR POR RESCINDIDO ESTE CONTRATO EN CASO DE QUE “LA COMPRADORA FUERE DECLARADA EN QUIEBRA, SUSPENSIÓN DE PAGOS, CONCURSO DE ACREEDORES O CUALQUIER OTRO TIPO DE INSOLVENCIA.

DECIMA SEXTA.- SUBSISTENCIA DE LAS OBLIGACIONES. LA RESCISION O TERMINACION DE ESTE CONTRATO NO AFECTA DE MANERA ALGUNA LA LA VALIDEZ Y EXIGIBILIDAD DE LAS OBLIGACIONES CONTRAIDAS CON ANTERIORIDAD, O DE AQUELLAS YA FORMADAS QUE, POR SU NATURALEZA O DISPOSICION DE LA LEY, O POR VOLUNTAD DE LAS PARTES, DEBAN DIFERIRSE A FECHA POSTERIOR, EN CONSECUENCIA LAS PARTES PODRAN EXIGIR AUN CON POSTERIORIDAD A LA RESCISION O TERMINACION DEL CONTRATO EL CUMPLIMIENTO DE ESTAS OBLIGACIONES.

DECIMA SEPTIMA.- CESION DE DERECHOS Y OBLIGACIONES. NINGUNA DE LAS PARTES PODRA CEDER O TRANSFERIR TOTAL O PARCIALMENTE LOS DERECHOS NI LAS OBLIGACIONES DERIVADOS DE ESTE CONTRATO.

DECIMA OCTAVA.- LIMITE DE LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL. AMBAS PARTES ACEPTAN QUE NO SERA IMPUTABLE A NINGUNA DE ELLAS LA RESPONSABILIDAD DERIVADA DE CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR Y CONVIENEN EN SUSPENDER LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES ESTABLECIDOS EN ESTE CONTRATO, LOS CUALES PODRAN REANUDAR DE COMUN ACUERDO EN EL MOMENTO EN QUE DESAPAREZCA EL MOTIVO DE LA SUSPENSIÓN SIEMPRE Y CUANDO SE TRATE DE LOS CASOS PREVISTOS EN ESTA CLAUSULA.

DECIMA NOVENA.- LEGISLACION APLICABLE. EN TODO LO CONVENIDO Y EN LO QUE NO SE ENCUENTRE EXPRESAMENTE PREVISTO, ESTE CONTRATO SE RIGE POR LAS LEYES VIGENTES EN LA REPUBLICA MEXICANA, Y EN SU DEFECTO, POR LOS USOS Y PRACTICAS COMERCIALES RECONOCIDOS POR ESTA.

VIGESIMA.- ARBITRAJE. PARA LA INTERPRETACION, EJECUCION Y CUMPLIMIENTO DE LAS CLAUSULAS DE ESTE CONTRATO Y PARA LA SOLUCION DE CUALQUIER CONTROVERSIA QUE SE DERIVE DEL MISMO, LAS PARTES CONVIENEN EXPRESAMENTE EN SOMETERSE A LA CONCILIACION Y ARBITRAJE DE LA COMISION PARA LA PROTECCION DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO (COMPROMEX) CUYA SECRETARIA EJECUTIVA SE UBICA EN EL BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR; S.N.C., CON DOMICILIO EN LA CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL.

VIGESIMA PRIMERA.- AVISOS Y NOTIFICACIONES. LAS PARTES SEÑALAN COMO DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR TODA CLASE DE AVISOS Y NOTIFICACIONES LOS SIGUIENTES:

LA VENDEDORA: _____

LA COMPRADORA: _____

PERSONALIDAD: _____

LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN EL PRESENTE CONTRATO SE RECONOCEN LA PERSONALIDAD CON QUE COMPARECEN SUS RESPECTIVOS REPRESENTANTES, INDEPENDIENTEMENTE DE LO CUAL SE OBLIGAN A ENTREGARSE LOS DOCUMENTOS NOTARIALES EN QUE APAREZCAN LOS PODERES Y FACULTADES CON APOYO DE LOS CUALES OTORGAN ESTE INSTRUMENTO.

SE FIRMA ESTE CONTRATO EN LA CIUDAD DE _____ A LOS _____ DIAS DEL MES DE _____ DE MIL NOVECIENTOS.

LA VENDEDORA LA COMPRADORA.

XX.- FORMATOS NECESARIOS PARA LA EXPORTACIÓN

- Factura del exportador: la cual debe de contener lo siguiente: 1) lugar y fecha de expedición , 2) Nombre y domicilio del destinatario de la mercancía, 3) Descripción comercial de las mercancías: clase , cantidad, unidades de identificación, valores unitarios y globales. 4) Nombre y domicilio del vendedor. 5) Traducción cuando sea distinto al español, francés, inglés.
- Carta de instrucciones: la elabora el exportador al agente de carga, desglosa detalladamente los aspectos relativos al movimiento del embarque .
- Lista de empaque: lista de todas las mercancías que se encuentran en el embarque.
- Licencia del importador: ciertos productos para ser importados en Alemania, se sujetan a la obtención de una licencia de importación tramitada por el importador.
- Certificado de Origen: requisito principal para que los productos mexicanos puedan gozar de las tarifas preferenciales del Sistema Generalizado de Preferencias, (SECOFI otorga dichos certificados).
- Factura del exportador: la cual debe de contener lo siguiente: 1) lugar y fecha de expedición, 2) Nombre y domicilio del destinatario de la mercancía, 3) Descripción comercial de las mercancías: clase, cantidad, unidades de identificación, valores unitarios y globales. 4) Nombre y domicilio del vendedor. 5) Traducción cuando sea distinto al español, francés, inglés.
- Idioma: el idioma utilizado para los tramites aduaneros debe de ser en ingles o el del país de destino.

XXI.- BASES LEGALES EN EL PROCESO DE EXPORTACION

Para conocer los ordenamientos que en materia de comercio exterior regulan las actividades de la empresa, es necesario revisar primero las facultades del Ejecutivo Federal en la materia, así como las principales estructuras administrativas que lo regulan. Estas tienen su origen en la Constitución Política Mexicana, expresamente en el artículo 131 constitucional.

ARTICULO 131 CONSTITUCIONAL

El Ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de tarifas de exportación e importación, expedidas por el propio Congreso, y para crear otras, así como restringir y prohibir las importaciones, las exportaciones, y el tránsito de productos, artículos y efectos, cuando lo estime urgente, a fin de regular el comercio exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional, o de realizar cualquier otro propósito en beneficio del país..”

Los conceptos expresados anteriormente se retoman en la Ley de Comercio Exterior, publicada en Diario Oficial de la Federación el 27 de julio de 1993.

La citada Ley “Tiene por objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional y contribuir al bienestar de la población.

En resumen, las facultades del Ejecutivo Federal emanadas de la Ley de Comercio Exterior se encuentran en el artículo 4to. Y se transcriben a continuación:

- I.- Crear, aumentar, disminuir o suprimir aranceles, mediante decretos publicados en el Diario Oficial de la Federación, de conformidad con lo establecido en el artículo 131 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- II.- Regular, restringir o prohibir la exportación, importación, circulación o tránsito de mercancías, cuando lo estime urgente, mediante decretos publicados en el Diario Oficial de la Federación, de conformidad con el artículo 131 de los Estados Unidos Mexicanos;
- III.- Establecer medidas para regular o restringir la exportación o importación de mercancías a través de acuerdos expedidos por la Secretaría, en su caso, conjuntamente con la autoridad competente, y publicados en el D.O.F.;
- IV.- Establecer medidas para regular y restringir la circulación o tránsito de mercancías extranjeras por el territorio nacional procedentes del y destinadas al exterior a través de acuerdos expedidos por la autoridad competente y publicadas en el D.O.F.;
- V.- Conducir negociaciones comerciales internacionales a través de la Secretaría, la participación de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y de los gobiernos de los Estados en las actividades de promoción en el comercio exterior, así como concertar acciones en la materia con el sector privado.

FACULTADES DE LA SECOFI

El artículo 5to. De la Ley de Comercio Exterior, establece las facultades de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, que son las siguientes:

- I.- Estudiar, proyectar y proponer al Ejecutivo federal modificaciones arancelarias;
- II.- Tramitar y resolver las investigaciones en materia de medidas de salvaguarda, así como proponer al Ejecutivo Federal las medidas que resulten de dichas investigaciones;
- III.- Estudiar, proyectar, establecer y modificar medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías;
- IV.- Establecer las reglas de origen;
- V.- Otorgar permisos previos y asignar cupo de exportación e importación;
- VI.- Establecer los requisitos de marcado de origen;
- VII.- Tramitar y resolver las investigaciones en materia de prácticas desleales de comercio internacional; así como determinar las cuotas compensatorias que resulten de dichas investigaciones;
- VIII.- Asesorar a los exportadores mexicanos involucrados en investigaciones en el extranjero en materia de prácticas desleales de comercio internacional y medidas de salvaguarda;
- IX.- Coordinar las negociaciones comerciales internacionales con las dependencias competentes;
- X.- Expedir las disposiciones de carácter administrativo en cumplimiento de los Tratados o Convenios Internacionales en materia comercial de los que México sea parte;
- XI.- Establecer mecanismos de promoción de las exportaciones, y
- XII.- Las demás que le encomiende expresamente las leyes y los reglamentos.



COMPEX

La segunda comisión se deriva del artículo 7to. De la Ley de Comercio Exterior, en el cual se señalan las funciones de éste, quien esta encargado de analizar, evaluar, proponer y concertar acciones entre los sectores público y privado en materia de exportaciones de bienes y servicios.

La comisión está integrada por las secretarías de:

Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Energía, Comercio y Fomento Industrial, Agricultura y ganadería y Desarrollo Rural, Comunicaciones y Transportes, trabajo y Previsión Social y Banco Nacional de Comercio Exterior.

También integran la Comisión los representantes de los organismos cúpula del sector privado vinculados con la exportación. Conservando esta estructura mixta, se efectúan reuniones mensuales a nivel estatal, regional y nacional con los exportadores.

COMPEX INTERNACIONALES

El foro CompeX funciona también a nivel internacional, en Bélgica, Francia, Italia, Alemania y España. Lleva a cabo las siguientes funciones:

- Propiciar un acercamiento directo con los importadores de productos mexicanos.
- Buscar solución en los problemas que se suscitan en los propios países exportadores.
- Difunden la oferta exportable a través de Consejerías Comerciales de México en el Exterior.

SOLUCION DE CONTROVERSIAS

Bancomext, a través de COMPROMEX puede ayudarlo en la solución de controversias entre particulares (clientes, proveedores, etc.) derivadas de una transacción comercial, como por ejemplo, falta de liquidez, incumplimiento en la entrega de mercancía, producto de baja calidad a la pactada en el contrato, entre otros. La asesoría se proporciona mediante procedimientos conciliatorios o arbitrales. Compromex, también podrá emitir su opinión sobre aspectos jurídicos del comercio internacional.

Precios:

En conciliación 5% por litigio resuelto; en arbitraje 15% resuelto; dictamen 10%.

Para empresas mexicanas el precio en ningún caso es superior a \$5,220 (mas IVA)

En litigios menores a U\$20,000. El servicio es sin costo para empresas mexicanas.

Compañía XY S.A. de C.V.

Producción 250 Unidades por semana

Gerente de mercadotecnia: _____

Gerente de comercialización: _____

Gerente De Producción: _____

Gerente general : _____

XXII.- CONCLUSIONES de quienes elaboraron este proyecto de exportacion:

JESÚS GARCÉS LÓPEZ

La mercadotecnia es sin duda una herramienta fundamental para la realización del todo el proceso de exportación, es un complemento del comercio internacional, como para fijar los precios a niveles internacionales, en el trabajo comprendí que no se pueden separar la mercadotecnia y el comercio, por que si no existe una venta del producto, así como de la imagen de la compañía podría no existir el comercio.

Los cinturones me di cuenta que es nuevo producto para un nuevo mercado en Europa, y tenemos la ventaja de que no existe competencia directa en relación a nuestro producto y podemos obtener una ventaja competitiva sobre los demás, contribuyendo de esta manera la clasificación arancelaria con tarifas preferenciales y usando la carta de crédito irrevocable, asegurando la venta.

Otro aspecto que aprendí es que no podemos dejar aun lado el ambiente externo internacional, y del mismo modo tomar en cuenta que México inicio su tratado con la Unión Europea, introduciendo el producto por medio de Alemania. En este proceso comprendí que no solo basta de un conocimiento teórico, también se necesita la práctica para ir corrigiendo errores dentro de la mercadotecnia y el comercio en conjunto.

JULIETA MERÉ MONTES

Creo que este trabajo fue muy pesado ya que fueron muchas cosas las que se pedían y aunque todo lo vimos durante el cuatrimestre fue muy rápido porque el tiempo es muy reducido; se que nos sirve mucho para un futuro pero estos trabajos deberían ser hechos en cuatrimestres mas arriba.

Ya para finalizar creo que el trabajo merece una buena calificación porque es un trabajo de cuatro meses en el cual hemos trabajado mucho aunque algunas veces nos desesperábamos por no encontrar o no saber como se hacia lo que se pedía

BERENICE OSORNIO AVILA

Después de elaborado este proyecto resulta más fácil entender el proceso que lleva acabo una empresa para saber la factibilidad que puede tener la exportación de su producto a algún país de la unión europea, conociendo que la competencia en cuanto a calidad es mas grande y diferente a la que se vive en nuestro país.

Sin embargo desde mi punto de vista, considero que las dimensiones de este proyecto requerirían de mayor tiempo de desarrollo, puesto que la información que es requerida, y de la cual, en su mayoría no tenemos conocimiento y dominio, es necesario investigar con más tiempo para que el resultado sea optimo

EQUIPO

Durante la realización de este proyecto, nos pudimos percatar que la exportación de cualquier producto no es fácil, aunque solo lo manejamos en teoría puesto que nosotros no seremos los encargados, inmediatamente, de la exportación de este producto.

Sin embargo, este podría ser un comienzo para nuestra preparación como futuros exportadores directos o indirectos de cualquier producto, sirviendo como un ejemplo y la pauta a seguir por el resto de nuestra carrera universitaria y profesional.

Independientemente del tiempo empleado en la elaboración, que consideramos que fue excesivamente corto, la importancia que este puede representar para la empresa con la cual laboramos y para la cual desarrollamos dicho proyecto, podría determinar su éxito o fracaso en un mercado europeo al cual nos dirigimos.

INFORMACION ADICIONAL DE IMPORTANCIA PARA EXPORTADORES

AGENCIAS ADUANALES

Un Agente Aduanal en México es un profesionista independiente autorizado por la Secretaría de Hacienda para ejercer la práctica privada de intermediación entre los contribuyentes y la Aduana para realizar la importación o exportación de mercancías. Específicamente, el Agente Aduanal realiza la documentación oficial, clasifica los bienes de acuerdo al sistema armonizado, determina las contribuciones a pagar, así como las obligaciones adicionales aplicables, realiza el pago de los impuestos, coordina las maniobras necesarias, reconoce las mercancías, recopila la documentación de los pagos por cuenta del cliente.

Un agente aduanal no es un empleado del gobierno, pero vigila el cumplimiento cabal de las leyes mexicanas por parte de los importadores y exportadores, y puede perder su patente en caso de errores graves. Un agente aduanal no es un apoderado aduanal, pues este último sirve exclusivamente a una empresa en particular de la que es empleado, mientras que el agente aduanal sirve al público en general.

MARCO LEGAL BÁSICO

Aunque muchas leyes y ordenamientos legales aplican para comercio exterior, las más importantes son las siguientes:

- **Ley Aduanera**, que establece las maneras en las que debe realizarse el despacho aduanero de las mercancías, los distintos regímenes a que puede asignarse las mercancías, los documentos que amparan la legal estancia en el país, los mecanismos para valorar las mercancías y determinar los impuestos, las responsabilidades de los importadores y exportadores, las infracciones y las sanciones a las mismas.
- **Reglamento de la Ley Aduanera**, que regula con mayor detalle lo establecido en la Ley Aduanera, y definiendo más claramente ciertos procedimientos.
- **Resolución Miscelánea de Comercio Exterior**, que señala las Reglas de carácter general con que las autoridades de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público están obligadas a interpretar las leyes y reglamentos a procedimientos específicos relacionados con el comercio exterior. Además, en sus anexos se publican formatos oficiales para ciertas solicitudes y documentos relacionados con el comercio exterior, y se definen mercancías prohibidas o sujetas a requisitos especiales, etc.
- **Código Fiscal de la Federación**, que establece en general los derechos y obligaciones de los contribuyentes, entre ellos la definición de impuestos, actualizaciones, tipos de cambio, obligaciones documentales, formalidades, y medios legales de defensa en lo fiscal.
- **Ley de Comercio Exterior**, que establece mecanismos para promover las exportaciones, vigilar la competencia internacional y sancionar mediante cuotas compensatorias la subvención o las discriminaciones de precios, proteger la economía nacional en caso de daño pro causas de comercio exterior mediante medidas de salvaguardia, define reglas que determinan el país de origen de un bien, define los aranceles y las restricciones no arancelarias y los modos en que podrán establecerse y modificarse.
- **Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA)**, que señala qué artículos deberán cumplir con el pago de este impuesto. En términos generales, pagan IVA al momento de su importación los mismos bienes que son gravables al enajenarse en el mercado nacional, no pagan IVA las exportaciones.
- **Ley del Impuesto Especial para Productos y Servicios (IEPS)**, que señala que deberán pagar este impuesto algunas mercancías, especialmente las bebidas alcohólicas, el tabaco y los cigarrillos, gasolina, diesel y gas natural.
- **Ley del Impuesto sobre Autos Nuevos (ISAN)**, que señala los casos en que la importación de vehículos debe gravarse con este impuesto y a qué tasa, de acuerdo al valor del vehículo.
- **Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)**, que señala las condiciones en que las mercancías importadas o exportadas serán sujetas a tarifas preferenciales en México, Estados Unidos y Canadá. Especialmente importantes son las Reglas de Origen, así como el capítulo 3, en el que se señalan requisitos especiales para los importadores temporales.
- Otros tratados de libre comercio, que señalan la documentación necesaria para obtener un trato arancelario preferencial con los países con los que México tiene acuerdos comerciales.

Las leyes vigentes pueden consultarse en el sitio de Internet de la H. Cámara de Diputados del Congreso de la Unión. La Resolución Miscelánea de Comercio Exterior se actualiza frecuentemente, y pueden consultarse todas las actualizaciones en el sitio de legislación vigente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, bajo Resoluciones. Los tratados internacionales están disponibles en Internet en el sitio de la Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales de la Secretaría de Economía.

OBSERVACIONES PARA EXPORTACIONES CON ÉXITO

En cuanto a la aduana mexicana, la exportación de mercancías a veces es bastante sencilla. Deberá siempre proporcionarse una factura, contratar a un agente aduanal para llenar un pedimento de exportación y contratar el transporte internacional. Muy pocos productos requieren permisos o normas oficiales mexicanas en el punto de exportación (aunque hay excepciones como el tequila, el aguacate), o pagar impuesto distinto al simple derecho de trámite aduanero.

Y sin embargo, exportar en algunos casos resulta nada fácil. Implica no solamente asegurar el abasto del producto, sino conocer las necesidades de un cliente extranjero y poder cumplir con sus requisitos en tiempo y forma, así como las leyes extranjeras, en su mayor parte desconocidas en un primer intento. Además, siempre quedan los riesgos de cobranza internacional y transportes, así como el cumplimiento de estrictas normas de calidad o seguridad establecidas por gobiernos extranjeros. Por último, siempre es posible recibir demandas legales de consumidores extranjeros dañados por los productos que exportamos.

Para quienes empiezan a exportar, es conveniente que aseguren su capacidad de abasto del producto (producido o comprado), minimicen los costos y tiempos del medio de transporte y comprendan cabalmente las necesidades de su cliente, incluso las legales y crediticias. Un buen comienzo es acudir a las oficinas de la Secretaría de Economía regionales que sustituyen con programas federales con diferentes nombres a los que manejaba antes de su extinción Bancomext para informarse de clientes potenciales que requieren el producto en el exterior, y conocer las oportunidades de información, financiamiento y seguros. Por supuesto, conseguir la mayor información posible antes de efectuar la compraventa internacional sobre las capacidades de pago del cliente, los costos y requisitos de la exportación y sobre todo, de la importación al territorio del otro país puede evitarnos sorpresas desagradables. Cuando hablamos de exportar significa competir con el mercado mundial, y eso implica que nuestro producto, servicio y precio deben ser capaces de superar a los de los demás exportadores de cualquier parte del mundo.

INFORMACIÓN PARA IMPORTADORES

México se ha abierto en buena medida a los mercados internacionales, y quienes introducen mercancías extranjeras a México se han beneficiado de menores impuestos y requisitos, aunque todavía es necesario cumplir con un buen número de formalidades que marcan las leyes mexicanas al momento del despacho aduanero e incluso posteriormente.

Primeramente, antes de comenzar a hacer pedidos internacionales es necesario conocer las obligaciones legales de los importadores. Quienes importan comercialmente deben contar con un registro federal de contribuyentes y obtener la inscripción en el Padrón de Importadores (algunos productos exentan este requerimiento). En algunos casos, es necesario contar con un registro adicional, en el Padrón de Sectores Específicos. Deben organizar su contabilidad de tal forma que puedan separar las mercancías nacionales de las extranjeras, y conservar documentos que acrediten la legal estancia en el país de las mercancías. Es su obligación proporcionar datos verídicos al agente aduanal respecto a los valores y descripción de la mercancía, así como su lugar de origen y demás características.

En segundo lugar, necesitamos conocer las obligaciones específicas de cada uno de los bienes que pretendemos importar. Usualmente, esta es definida de acuerdo a la clasificación arancelaria del producto, la cual es determinada por el agente aduanal, y está sujeta a cambio de acuerdo con la opinión de las autoridades aduaneras. Es imposible describir aquí todos los requisitos para importar todas las mercancías, pues éstas varían de acuerdo a su clasificación arancelaria, su lugar de producción o procedencia de pero podemos señalar qué tipo de formalidades pueden esperarse.

- Pago de impuestos y derechos. Los bienes importados deben pagar impuestos de importación (variables de acuerdo al producto -su clasificación arancelaria-, el país de origen, la inscripción en programas especiales de la Secretaría de Economía), y según el producto, IVA, ISAN, o IEPS. Adicionalmente se paga un derecho de trámite aduanero equivalente a 8 al millar del valor en aduana de las mercancías (0 si originarios de Estados Unidos, Canadá o Chile, mínimo -aprox. 160 pesos - en caso de la Unión Europea). Los impuestos se pagan en base al valor CIF punto de entrada al país, es decir, que deben sumársele al valor pagado todos los fletes y gastos hasta el punto de entrada a México no incluidos en ese precio.

- Certificación de origen. Deberá presentarse un certificado de origen para obtener las preferencias arancelarias aplicables por ciertos tratados comerciales internacionales, por ejemplo con EUA, Canadá, Chile o la Unión Europea, por mencionar algunos. También es importante para evitar pagos de cuotas compensatorias y para que las autoridades entreguen ciertos permisos de importación, por ejemplo, para determinar el riesgo para ciertas enfermedades o parásitos presentes en ciertos países.

- NOMs. En el caso de algunas mercancías, es necesario cumplir con las normas oficiales mexicanas de calidad o etiquetado del producto, para la seguridad de los consumidores mexicanos y del medio ambiente.

Permisos y autorizaciones de importación. Ciertos bienes requieren permisos de alguna dependencia oficial para poder ingresar al país, y es importantísimo conocer los requisitos de estas autoridades para obtener los permisos, pues sin ellos la mercancía simplemente no puede entrar al país.

- Avisos a la autoridad. En algunos casos, es necesario avisar a las autoridades antes de realizar una importación, dando información y documentos relacionados con el producto. Por ejemplo, muchos alimentos requieren presentar un aviso sanitario de importación ante la Secretaría de Salud, señalando el producto, su caducidad, y anexando un certificado de autoridad sanitaria extranjera que determine que el producto es apto para consumo humano y puede venderse libremente en el país de origen.
- Pago de cuotas compensatorias. Son impuestos por México contra ciertos productores o ciertos países, pero afectan a todos los importadores del bien en cuanto tienen la obligación de certificar su origen para evitar este pago, que muchas veces puede ser muy importante.
- Depósitos en cuentas aduaneras de garantía. El gobierno ha establecido ciertos precios mínimos de referencia (precios estimados) para comparar contra el valor de ciertos bienes. En caso de importar un bien a un precio menor, deberá depositarse en efectivo los impuestos correspondientes a la diferencia de precio en una cuenta aduanera de garantía. Esta puede recuperarse pasados 6 meses sin que la autoridad establezca una investigación por subvaluación.
- Información individual del producto y el proveedor. Proporcionar siempre que sea posible, el número de modelo, serie u otros que permiten identificar individualmente las mercancías de otras similares. Para ciertos bienes, dar ciertos datos requeridos específicamente por la autoridad. Adicionalmente, es necesario proporcionar el número de identificación fiscal del proveedor en el país de procedencia de las mercancías, de acuerdo a las autoridades fiscales de ese país (equivalentes al RFC).

Documento elaborado por nuestro equipo especializado en Finanzas, y servicios de Importación y exportación de Obregón Corporación

***Para mayor información contáctanos en www.obregoncorporacion.com
O en: www.piteadofino.com***