

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
División Académica de Ciencias Económico
Administrativa

Licenciatura en Mercadotecnia

Guía Para Exportación

Grupo OLM

Contenido

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN A LA EXPORTACIÓN	6
TRATADOS COMERCIALES DE MÉXICO PARA ACCESO A MERCADOS	7
T-MEC: Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá.....	7
TLCUEM: Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea.....	16
TIPAC: Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico	24
Acuerdo de Asociación Económica Japón-México (AAEJM)	31
CAPÍTULO 2. ORGANISMOS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN	35
Secretaría de Economía	35
Secretaría de Relaciones Exteriores.....	36
Consejo Mexicano de Negocios (CMN)	37
Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT).....	38
Actividades que apoya	38
Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología, A.C. (COMCE) 	42
Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (COMEXI).....	65
Sistema Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE).....	66
CAPÍTULO 3. TIPOS DE EXPORTACIÓN	67
Casos de Uso de la Exportación Indirecta	78
CAPÍTULO 4. INCOTERMS	89
Nuevas perspectivas sobre Incoterms 2020 (relevantes en 2024):	97
Errores comunes al aplicar Incoterms:	99
Relación con tendencias actuales del comercio internacional:.....	99
Consejos para seleccionar el Incoterm adecuado:.....	100
Fuentes para consultar más detalles:.....	100

CAPÍTULO 5. REQUISITOS Y DOCUMENTOS NECESARIOS	100
Norteamérica	101
Unión Europea	114
Asia	133
Tipos de Contratos Para Poder Exportar	153
Cumplimiento de Normas Técnicas	160
CAPÍTULO 6. LOGÍSTICA Y CADENAS DE SUMINISTRO	178
¿Qué es la logística internacional?	178
¿Qué es la Cadena de Suministros?.....	178
Tipos de cadenas de suministros	178
Componentes Claves de la Logística Internacional	183
Desafíos en la logística internacional y estrategias para mitigar su impacto	186
Operadores logísticos	190
Criterios para seleccionar proveedores confiables y eficientes.	201
Palets	204
Cómo apilar cajas adecuadamente en palets.....	207
Paletizado en contenedores	209
Contenedores.....	210
¿Cómo elegir el empaque adecuado?	217
CAPÍTULO 7. MEDIOS DE TRANSPORTES	220
CAPÍTULO 8. ADAPTACIÓN A NUEVAS NORMATIVAS GLOBALES.....	227
ISO 14001:2015.....	227
Modelo PHVA	227
Cláusulas de la ISO 14001.....	228

Contexto de la organización.....	228
Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	229
Liderazgo:.....	230
Planificación.....	231
Apoyo.....	234
Operación	238
Evaluación de desempeño.....	239
Mejora.....	240
Beneficios de la norma ISO 14001	241
Beneficios Ambientales.....	241
Beneficios Económicos	241
Beneficios Legales y Regulatorios	242
Beneficios Competitivos y Reputacionales	242
Beneficios Operacionales.....	242
Beneficios Relacionados con los Grupos de Interés	243
Recomendaciones de la norma ISO 14001	243
Protección de Datos	244
RGPD Unión Europea	244
Comisión Federal de Comercio (FTC)	246
Oficina del Comisionado de Privacidad de Canadá	248
Ley de Protección de Información Personal (APPI)	249
PDPA Singapur.....	253
<i>CAPÍTULO 9. DIGITALIZACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....</i>	256
Lineamientos que no están estipulados en el comercio normal	257
Plataformas Digitales	258
<i>CAPÍTULO 10. FINANCIAMIENTO Y SEGUROS INTERNACIONALES</i>	272
Productos de la póliza de crédito a la exportación	298
Modalidades de seguro a la exportación en las que el Exportador es el asegurado:	298
Modalidades de seguro a la exportación en las que las entidades financieras son las aseguradas	299

Requisitos y condiciones	300
¿Qué riesgos cubre el seguro de crédito a la exportación?.....	301
Beneficios y Ventajas.....	303
<i>CAPÍTULO 11. ECONOMÍA CIRCULAR.....</i>	305
Nestlé.....	313
Grupo Bimbo	314
Nike.....	316
Grupo Herdez	317
Grupo Danone	318
La Costeña y La Moderna.....	318
Proceso para obtener el Distintivo ESR.....	320
¿Cuánto cuesta obtener el Distintivo ESR?	320
<i>Glosario.....</i>	322
<i>Agradecimiento</i>	330
<i>Referencias bibliográficas.....</i>	332

GUÍA PARA EXPORTACIÓN

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN A LA EXPORTACIÓN

El principio básico de la exportación es el intercambio de bienes y servicios entre países fundamentado en el cumplimiento de regulaciones nacionales e internacionales que rigen la actividad (Gobierno de México, 2022). La exportación es una actividad fundamental para la economía de México, ya que contribuye significativamente al crecimiento del país al permitir la venta de bienes y servicios mexicanos en mercados internacionales. Para comprender a fondo el proceso de exportación en México, es crucial conocer los procedimientos, requisitos y regulaciones que se aplican en este ámbito. Esta es una guía completa, donde se muestra de manera detallada cómo funciona la exportación en México, desde los pasos iniciales hasta la logística involucrada en el envío de productos al extranjero.

Es preciso entender que la exportación en México es un proceso fundamental para la economía del país, permitiendo a las empresas expandir sus mercados, permitiendo no solo el fortalecimiento de las empresas si no también una mejora en el desarrollo económico del país.

Esta guía puede ser de mucha utilidad para las empresas que tengan la intención y/o oportunidad de exportar, y requieran de más información para llevarlo a cabo. Esta debidamente estructurada con datos detallados, que facilitan de manera significativa su comprensión. Abarca el tema desde los tratados comerciales a los mercados a los cuales México tiene acceso, así como los tramites y requisitos que se requieren de realizar, tipos y todos lo relacionado con la exportación.

Esta guía tiene por objetivo que pueda servir de apoyo para llevar a cabo la exportación de una forma más ágil y de manera correcta

TRATADOS COMERCIALES DE MÉXICO PARA ACCESO A MERCADOS

Esta sección abordará los principales tratados comerciales de México, como el T-MEC, TLCUEM, AAEJM y TIPAT, que abren las puertas a diversos mercados globales. Según autores como Krugman y Obstfeld (2018), los acuerdos comerciales son fundamentales para la integración económica y el acceso a mercados clave, ya que facilitan el intercambio de bienes y servicios, reducen las barreras arancelarias y mejoran la competitividad. A través de estos acuerdos, México fortalece sus relaciones económicas y promueve el crecimiento en sectores clave, consolidándose como un actor importante en el comercio internacional. La revisión de estos tratados permitirá entender tanto las oportunidades como los retos que presentan para el comercio exterior mexicano.

T-MEC: Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá

El T-MEC es un tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá que entró en vigor en 2020, reemplazando al TLCAN. Este acuerdo busca modernizar y actualizar las reglas del comercio entre estos tres países, enfocándose en temas como el comercio digital, la propiedad intelectual y las condiciones laborales. Para México, el T-MEC es clave porque sigue teniendo acceso preferencial a los mercados de Estados Unidos y Canadá, dos de los socios comerciales más importantes.

Beneficios del T-MEC

El T-MEC ofrece importantes beneficios para México, al mejorar el acceso a mercados clave, fortalecer la competitividad regional y promover la integración económica. Según Ocampo (2019), los acuerdos comerciales como el T-MEC son esenciales para potenciar el crecimiento y la innovación en los países involucrados

1. Acceso Preferencial a Mercados: México sigue teniendo acceso preferencial a los mercados de Estados Unidos y Canadá, lo que es clave para exportaciones en sectores como automotriz, agroalimentario y manufacturero.

Análisis:

Después de analizar este primer beneficio, se ha encontrado que México ha violado indirectamente el acuerdo al permitir la fabricación y exportación de vehículos de origen chino hacia Estados Unidos. Esto contradice los requisitos del T-MEC sobre el Contenido de Valor Regional (CVR) en la industria automotriz, que exigen que al menos el 75% de los componentes de los vehículos sean originarios de América del Norte para acceder a los beneficios del acuerdo. Esta situación ha sido objeto de quejas, ya que no se cumplen los requisitos del Capítulo 4 del T-MEC, que regula las normas de origen para el comercio de bienes, en particular para el sector automotriz.

2. Mejora en las Cadenas de Suministro: Fomenta una mayor integración de la producción y distribución de bienes dentro de América del Norte, aumentando la competitividad de la región.

Análisis:

La reciente eliminación de organismos autónomos como la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) afecta la transparencia y regulación de las cadenas de suministro en México, debilitando la supervisión de prácticas anticompetitivas. Dado que el Capítulo 21 del T-MEC establece compromisos de cooperación en políticas de competencia, la disolución de esta comisión representa una posible violación de dichos compromisos, al debilitar los mecanismos que aseguran condiciones equitativas en el

mercado regional. La COFECE es clave para supervisar prácticas monopólicas y asegurar una competencia justa en sectores de producción y distribución esenciales para la región.

3. Modernización del Comercio Digital: Facilita el intercambio de datos y asegura la protección de la propiedad intelectual en plataformas digitales.

Análisis:

México no ha actualizado de forma completa su marco legal en cuanto a protección de datos y privacidad en comercio digital, lo cual afecta la seguridad de los datos comerciales compartidos entre los países. El Capítulo 19 del T-MEC establece compromisos claros en cuanto a comercio digital, protección de datos y ciberseguridad. Sin embargo, la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares de México no cumple completamente con estos estándares internacionales, lo que genera preocupación en las empresas tecnológicas de Estados Unidos, que consideran que sus datos y activos digitales podrían no estar completamente seguros en México, representando así una potencial violación al tratado.

4. Mejoras Laborales: Establece compromisos para mejorar las condiciones laborales en México, asegurando mejores derechos para los trabajadores.

Análisis:

México enfrenta desafíos para cumplir los compromisos del T-MEC en derechos laborales. En particular, el Capítulo 23 del tratado incluye disposiciones sobre derechos de los trabajadores, como la libertad sindical y la negociación colectiva, en las que México

ha recibido denuncias por incumplimientos en sectores como el automotriz. Aunque la Reforma Laboral de 2019 incorporó avances, persistieron prácticas de restricción a la organización sindical en algunas plantas manufactureras. La ausencia de mecanismos efectivos para hacer cumplir estos derechos constituye una violación a los compromisos de México en materia de derechos laborales.

5. Protección de Inversiones: Ofrece seguridad jurídica para los inversionistas, con mecanismos claros para resolver disputas comerciales.

Análisis:

Cambios en la Ley de la Industria Eléctrica y la Ley de Hidrocarburos de México han generado inseguridad para los inversionistas extranjeros, especialmente en energías renovables. El Capítulo 14 del T-MEC establece la necesidad de brindar trato justo y equitativo a los inversionistas extranjeros, lo cual ha sido objeto de cuestionamientos debido a que estas reformas legislativas favorecen a las empresas estatales de energía en México, como la CFE (Comisión Federal de Electricidad) y Pemex. Esta situación podría considerarse una violación del T-MEC en términos de protección a las inversiones y trato igualitario para inversionistas extranjeros.

6. Normas Ambientales: Introduce disposiciones para proteger el medio ambiente, promoviendo prácticas comerciales más sostenibles.

Análisis:

México ha implementado políticas que han debilitado la protección ambiental, afectando los compromisos del Capítulo 24 del T-MEC, que exige promover prácticas sostenibles

y cumplir con acuerdos ambientales internacionales, como el Acuerdo de París. Los cambios recientes en las políticas energéticas, que favorecen el uso de combustibles fósiles sobre energías limpias, son considerados un retroceso en términos ambientales y una posible violación de los compromisos de México en el T-MEC sobre sostenibilidad.

7. Fortalecimiento de la Industria Automotriz: Establece reglas más estrictas sobre el contenido regional de los vehículos, lo que impulsa la producción en América del Norte y favorece la industria automotriz mexicana.

Análisis:

México ha permitido que algunas empresas ensamblen vehículos con componentes importados de países fuera de América del Norte, incumpliendo el requisito de Contenido de Valor Regional (CVR) del T-MEC. Este requisito, estipulado en el Capítulo 4 del tratado, demanda que el 75% de los componentes provengan de la región para que el producto sea considerado originario. Estas prácticas han generado tensiones, ya que las autoridades estadounidenses alegan que México no está respetando plenamente las reglas de origen, lo que podría constituir una violación al tratado.

8. Mejora en la Protección de Propiedad Intelectual: Refuerza las normativas de propiedad intelectual, protegiendo mejor las patentes, marcas y derechos de autor, lo que beneficia a las empresas mexicanas que desarrollan innovaciones.

Análisis:

México ha sido cuestionado por la implementación limitada de los cambios exigidos por el Capítulo 20 del T-MEC, que demanda una protección robusta de la propiedad

intelectual. Aunque la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial fue actualizada en 2020, persisten brechas en la protección de derechos de autor y patentes, especialmente en sectores como la biotecnología y productos farmacéuticos, lo cual podría indicar un incumplimiento de los compromisos del tratado en esta área.

9. Incremento de Exportaciones: Facilita el comercio de productos como productos lácteos, acero y textiles, mejorando la competitividad de las exportaciones mexicanas en los mercados de EUA y Canadá.

Análisis:

México ha enfrentado denuncias por supuestas prácticas de dumping en el sector del acero, lo que ha llevado a Estados Unidos a imponer aranceles a ciertos productos mexicanos, alegando competencia desleal. Estas medidas, que se relacionan con el Capítulo 10 del T-MEC sobre remedios comerciales, sugieren que algunos exportadores mexicanos pueden estar incumpliendo las reglas de competencia justa, lo cual afecta la estabilidad y reciprocidad comercial entre los países del tratado.

10. Incentivos a la Innovación y Tecnología: Fomenta la cooperación en investigación y desarrollo, especialmente en sectores como la biotecnología, la inteligencia artificial y las energías renovables, abriendo puertas a nuevas inversiones y colaboraciones.

Análisis:

México ha priorizado políticas energéticas enfocadas en combustibles fósiles, lo cual limita la cooperación en tecnologías limpias y renovables. Esto contradice los objetivos

del T-MEC en innovación sostenible, especialmente en el Capítulo 24 sobre compromisos ambientales y de innovación en energías limpias, dificultando la cooperación en desarrollo tecnológico en estos sectores, lo que podría interpretarse como un incumplimiento en el ámbito de la innovación.

11. Fortalecimiento de la Agricultura: Ofrece más acceso a productos agrícolas mexicanos en los mercados de EUA y Canadá, además de incluir mecanismos para resolver disputas comerciales en el sector agrícola.

Análisis:

Estados Unidos ha planteado preocupaciones respecto a la sanidad y seguridad de productos agrícolas mexicanos, señalando un posible incumplimiento del Capítulo 9 sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) del T-MEC. Las críticas se enfocan en la falta de aplicación estricta de normativas de sanidad y bioseguridad, lo que afecta la competitividad y calidad de los productos agrícolas en el mercado norteamericano, representando un riesgo de violación al tratado en temas de seguridad alimentaria.

12. Mejora en la Transparencia y Regulación: Establece reglas más claras y transparentes sobre las normativas comerciales, lo que facilita el acceso de las empresas mexicanas a los mercados internacionales.

Análisis:

La falta de transparencia en la administración pública, incluyendo modificaciones recientes en la regulación de órganos autónomos, afecta este compromiso de transparencia. Esto contraviene el Capítulo 29 del T-MEC, que exige prácticas gubernamentales transparentes. La disolución de órganos como el Instituto Nacional de

Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) podría limitar la supervisión y acceso a información pública, constituyendo una posible violación al tratado.

El T-MEC es una herramienta importante para México, no solo por los beneficios comerciales directos, sino también por la oportunidad de modernizar su economía, adaptándose a los cambios globales. Este tratado permite una mayor integración regional y ofrece un marco claro y confiable para las relaciones comerciales, lo que impulsa el crecimiento y la estabilidad a largo plazo. Además, al establecer reglas más transparentes, facilita la entrada de México a nuevas áreas de colaboración económica con sus socios de América del Norte.

Alcances del T-MEC

El T-MEC es un acuerdo integral que va más allá del comercio de productos, abordando áreas clave como la propiedad intelectual, el trabajo, el comercio digital y la sostenibilidad ambiental. Estos alcances permiten a México modernizar su economía y fortalecer su posición en el comercio global.

1. *Acceso a Mercados Preferenciales:* El T-MEC amplía las oportunidades de México para acceder a los mercados de Estados Unidos y Canadá, eliminando restricciones comerciales y asegurando condiciones favorables en industrias clave como la automotriz, la agrícola y la manufacturera.
2. *Normas Laborales:* El tratado establece nuevas exigencias para que México cumpla con estándares internacionales en derechos laborales, como el derecho a la libertad sindical y a la negociación colectiva, mejorando las condiciones de los trabajadores.

3. *Protección de la Propiedad Intelectual*: Refuerza las leyes que protegen las invenciones y creaciones, como patentes y derechos de autor, especialmente en sectores como las tecnologías digitales y la biotecnología, asegurando así una mayor seguridad para las innovaciones mexicanas.

4. *Comercio Electrónico*: El T-MEC adapta las normativas para el comercio digital, eliminando barreras al intercambio de datos entre fronteras y creando un marco jurídico para el comercio electrónico, la protección de la privacidad de los datos y la seguridad cibernética.

5. *Solución de Conflictos Comerciales*: Introduce un sistema más claro y eficiente para resolver disputas entre los países miembros, lo que brinda mayor seguridad jurídica a las empresas que operan en México.

6. *Compromisos Ambientales*: El tratado establece compromisos más estrictos en términos de protección ambiental, promoviendo prácticas sostenibles y garantizando el cumplimiento de acuerdos internacionales sobre el cambio climático.

7. *Protección a las Inversiones Extranjeras:* Asegura un marco más robusto para proteger las inversiones extranjeras, impidiendo la expropiación y garantizando un trato justo para los inversionistas.

8. *Comercio Agrícola:* Mejora las condiciones para la exportación de productos agrícolas mexicanos al eliminar barreras arancelarias y estableciendo normativas claras para asegurar la sanidad y seguridad de los alimentos.

En conjunto, estos alcances hacen del T-MEC un acuerdo clave no solo para el comercio, sino para la modernización de México en áreas como el trabajo, la tecnología y la protección ambiental, lo que le permite mantenerse competitivo a nivel global.

TLCUEM: Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea

El Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM) es uno de los acuerdos más importantes que México tiene en Europa. Firmado en 2000 y modernizado en 2020, este acuerdo busca facilitar el comercio y la inversión entre ambas partes, además de promover el desarrollo económico y la integración de ambos bloques comerciales. A continuación, se detallan los beneficios y alcances más relevantes del TLCUEM para las empresas mexicanas que desean exportar a la Unión Europea.

Beneficios del TLCUEM

1. *Acceso a mercados:* Amplia el acceso mutuo a los mercados de México y Europa, especialmente en productos agrícolas y pesqueros, donde se espera un fuerte incremento en las exportaciones mexicanas a la UE.

Análisis:

De acuerdo con (Kantarcigil Guerra, 2024) México ha tomado múltiples medidas políticas, económicas e institucionales para mejorar el acceso a mercados europeos. Como la modernización del acuerdo comercial para una mayor estabilidad política, contribuyendo significativamente a ampliar y fortalecer el acceso mutuo a los mercados entre México y la UE. *Reglas de origen:* Flexibiliza las reglas de origen en un 55% para adaptarse a nuevos procesos productivos en sectores estratégicos como automotriz, aeronáutica y química, manteniendo la competitividad. *Análisis:* Aunque el acuerdo promueve estándares claros y procedimientos simplificados, México ha sido criticado por la falta de una aplicación uniforme de regulaciones en sectores como sanidad y competencia económica. Este problema se debe en parte a la complejidad de los sistemas regulatorios y a la coordinación limitada entre diferentes agencias gubernamentales.

2. *Facilitación de comercio:* Incluye medidas que simplifican el comercio mediante regulaciones en áreas de sanidad, competencia y resolución de conflictos comerciales.

Análisis:

Aunque el acuerdo promueve estándares claros y procedimientos simplificados, México ha sido criticado por la falta de una aplicación uniforme de regulaciones en sectores como sanidad y competencia económica. Este problema se debe en parte a la complejidad de los sistemas regulatorios y a la coordinación limitada entre diferentes agencias gubernamentales.

3. *Protección de productos emblemáticos:* El acuerdo otorga protección a productos mexicanos que están ligados a su origen, como el tequila y el mezcal, al impedir la producción no autorizada de estos productos fuera de México. Esto ayuda a

preservar la autenticidad de productos tradicionales y a combatir el fraude y la piratería.

Análisis:

El Consejo Regulador del Tequila (CRT) ha intentado bloquear la exportación de tequila hacia la filial de Heineken en Francia, argumentando que la marca utiliza el nombre protegido de forma engañosa. Aunque en Francia se logró un fallo a favor de los productos mexicanos, en los Países Bajos se emitió una decisión desfavorable, lo que ha llevado a más litigios ante tribunales superiores. Estos casos subrayan la importancia de que México actúe con firmeza para proteger sus denominaciones de origen y evite que Unión Europea perciba falta de supervisión afectiva por parte del gobierno mexicano en el cumplimiento del acuerdo.

4. *Comercio digital y de datos*: La modernización del acuerdo incluye disposiciones sobre el comercio digital, lo que significa que las empresas mexicanas que operan en línea pueden transferir datos de manera más ágil y segura entre México y Europa. Este avance es especialmente importante para sectores como el comercio electrónico, el software y los servicios tecnológicos.

Análisis:

Se han identificado desafíos y posibles incumplimientos relacionados con los estándares europeos de protección de datos, como los establecidos en el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR). Aunque el acuerdo busca eliminar obstáculos técnicos, las medidas de protección de datos en México no alcanzan el nivel exigido por la UE, lo que puede complicar la validación de transferencias transfronterizas. Las discrepancias regulatorias pueden resultar en sanciones significativas para empresas mexicanas que incumplan con las normativas del GDPR. Las multas alcanzan hasta el 4% del ingreso

global anual o 20 millones de euros, lo que podría impactar negativamente en la competitividad de las empresas afectadas. Es fundamental que México y las empresas locales trabajen en adaptar sus normativas y practicas a las exigencias de la UE para evitar problemas comerciales y maximizar los beneficios del acuerdo

5. *Eliminación de barreras al comercio electrónico:* Se eliminan muchas de las barreras técnicas y burocráticas que dificultaban el comercio transfronterizo en línea, como los aranceles a los servicios digitales, lo que facilita la expansión de las pymes mexicanas en Europa.

Análisis:

Aunque México ha fortalecido su marco regulatorio interno, incluyendo la Ley Federal de Protección al Consumidor, los consumidores enfrentan problemas relacionados con la falta de regulación efectiva para compras internacionales, como fraudes en plataformas transfronterizas y falta de garantías claras en devoluciones, esto podría ser percibido como una barrera para el comercio justo y abierto.

6. *Mejores condiciones para la innovación:* Las empresas mexicanas pueden proteger mejor sus innovaciones y productos tecnológicos en Europa, lo cual fomenta la inversión en investigación y desarrollo (I+D) y mejora la competitividad a nivel global.

Análisis:

Se reporta que ambas partes han reforzado la cooperación en ciencia, tecnología e innovación mediante el Acuerdo de Cooperación Científica y Tecnológica, que se renueva cada cinco años. Este acuerdo incluye la colaboración en áreas de interés común, como tecnología e innovación sostenible, establece mecanismos para garantizar

la protección de derechos de propiedad intelectual en ambos territorios. Dicho esto, México podría enfrentar desafíos en la implementación efectiva de estas disposiciones, como la necesidad de desarrollar un marco regulatorio más sólido para fomentar la innovación y la protección tecnológica a nivel global. Además, las barreras internas, como la burocracia y el limitado financiamiento público, podrían restringir el cumplimiento pleno de los objetivos del acuerdo.

Alcances del TLCUEM

1. *Servicios*: Mejora el acceso y facilita servicios en áreas como telecomunicaciones, servicios financieros, comercio digital y movilidad temporal de personal.

Análisis:

No se han documentado transgresiones explícitas por parte de México que violen directamente el tratado. Sin embargo, existen desafíos en el cumplimiento de estándares regulatorios y en la eliminación de barreras estructurales en sectores clave. Telecomunicaciones y conectividad, México enfrenta asignaturas pendientes en términos regulatorios, como la falta de licitaciones de espectro óptimo para 5G y medidas para garantizar la competencia efectiva. Esto podría afectar la expansión de redes modernas, un factor clave para facilitar servicios digitales y telecomunicaciones efectivos que apoyen el comercio y la movilidad.

2. *Anticorrupción*: Incluye un capítulo innovador en anticorrupción para promover la transparencia y la integridad en comercio e inversión, con el respaldo de la Convención de la ONU contra la Corrupción.

Análisis:

Algunos señalamientos de incoherencia en la política exterior mexicana y en la designación de embajadores han generado preocupaciones sobre la efectividad de las estrategias de transparencia y la lucha contra la corrupción en los acuerdos bilaterales. Esto refuerza la necesidad de que México adopte medidas más rigurosas para cumplir con los estándares internacionales en la materia y evitar conflictos futuros en el marco de este acuerdo.

3. *Licitación pública*: Amplia el acceso de las empresas mexicanas a licitaciones en entidades federales y subfederales, abriendo oportunidades en obras públicas y asociaciones público-privadas.

Análisis:

En el ámbito general de las licitaciones públicas, se han documentado irregularidades internas que podrían contravenir principios similares a los estipulados en el acuerdo con la UE, especialmente si estos principios buscan garantizar la transparencia, la igualdad de oportunidades y la competencia justa. Se han otorgado contratos a empresas que previamente habían sido sancionadas o inhabilitadas por irregularidades. Esto va en contra de los principios de integridad y transparencia en las compras gubernamentales, pilares importantes del capítulo sobre licitaciones del TLCUEM.

4. *Reducción y eliminación de aranceles*: El TLCUEM ha permitido la eliminación de aranceles en una gran variedad de productos mexicanos, particularmente en el sector agroalimentario (como frutas, verduras, tequila, y productos pesqueros), lo que aumenta la competitividad de los productos mexicanos en el mercado europeo.

Análisis:

El acuerdo ha permitido la eliminación de aranceles en una amplia gama de productos, especialmente en sectores agroalimenticios como frutas, verduras y bebidas tradicionales como el tequila, fomentando el comercio bidireccional. Sin embargo, retos en la implementación del tratado pueden surgir debido a factores técnicos y administrativos relacionados con el comercio exterior, como demoras en los trámites aduaneros o ajustes de normatividad. En casos generales, México ha sido señalado por mantener tarifas sobre otros bienes o servicios no previstos directamente en el tratado, pero esto no necesariamente constituye en violación del TLCUEM, ya que cada acuerdo tiene áreas específicas reguladas y márgenes de acción mutua

5. *Protección a la inversión:* El acuerdo establece mecanismos para proteger las inversiones de las empresas europeas en México, lo cual también brinda seguridad jurídica y estabilidad a las empresas mexicanas que busquen invertir en Europa. Esto se logra a través de la transparencia en las reglas de inversión y la resolución de disputas.

Análisis: La reforma judicial en México podría afectar dentro del acuerdo con UE, ya que la independencia judicial es clave para la confianza de los inversionistas y la resolución de disputas comerciales. La UE espera que sus socios comerciales mantengan sistemas judiciales imparciales que garanticen seguridad jurídica. Cualquier percepción de vulnerabilidad en la imparcialidad del sistema judicial mexicano podría, por lo tanto, impactar la certidumbre y protección que los inversionistas europeos buscan en el mercado mexicano

6. *Oportunidades para PYMEs:* La modernización del acuerdo también se enfoca en apoyar a las pequeñas y medianas empresas mexicanas, facilitando su acceso a los mercados europeos y brindando mayores oportunidades de crecimiento.

Análisis:

Aunque no existen denuncias de violaciones explícitas de este apartado del TLCUEM por parte de México, superar estos retos internos es crucial para maximizar los beneficios del acuerdo. Las leyes que respaldan estas disposiciones incluyen regulaciones nacionales sobre comercio exterior, desarrollo económico y acceso al financiamiento, además de los compromisos adquiridos en el marco del TLCUEM. Para promover cambios, México podría fortalecer programas de capacitación y financiamiento específicamente diseñados para PYMEs interesadas en expandirse a Europa.

7. *Certificación ambiental:* A través de este acuerdo, México tiene acceso a las normativas y estándares europeos de sostenibilidad, lo que facilita la exportación de productos ecológicos y mejora la reputación internacional de los productos mexicanos.

Análisis:

México ha enfrentado desafíos en este aspecto debido a diversas problemáticas ambientales, como falta de trazabilidad en la producción agrícola, uso elevado de pesticidas y fertilizantes, y cumplimiento insuficiente con prácticas sostenibles requeridas por los consumidores europeos. Estas deficiencias pueden interponerse como violaciones indirectas a los principios del acuerdo, aunque no siempre se traducen en sanciones formales.

El TLCUEM es un acuerdo clave para las empresas mexicanas que desean expandir sus operaciones en Europa. La modernización del acuerdo en 2020 ha abierto nuevas oportunidades en sectores emergentes, como la sostenibilidad y el comercio electrónico,

consolidando así el TLCUEM como un pilar fundamental para la integración de México con Europa y su crecimiento económico global.

TIPAC: Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico

El Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT) es un acuerdo comercial multilateral que agrupa a 11 países de Asia-Pacífico, Oceanía y América, incluido México. Surge en 2018 como una versión renegociada del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) tras la salida de Estados Unidos. Este tratado abarca áreas clave como comercio de bienes y servicios, inversión, propiedad intelectual y estándares laborales y ambientales

Beneficios del TIPAT

1. Acceso preferencial a nuevos mercados: México obtiene acceso preferencial a 49 países en Asia-Pacífico, América y Oceanía, lo que amplía su red comercial

Análisis:

No hay pruebas concluyentes de que México haya violado formalmente el TIPAT. Sin embargo, hay áreas de mejora y riesgos potenciales, especialmente en la implementación de regulaciones técnicas y procedimientos aduaneros. México debe asegurarse de que sus leyes y prácticas regulatorias no sean percibidas como barreras comerciales. La transparencia en los procesos y la alineación con las normas internacionales son cruciales para evitar conflictos con otros miembros del TIPAT. En caso de ser acusado de violar el acceso preferencial, cualquier país miembro puede iniciar un proceso bajo el mecanismo de solución de controversias del TIPAT, lo que subrayaría la importancia de mantener una implementación adecuada y evitar críticas innecesarias.

2. Eliminación de barreras arancelarias: El acuerdo reduce aranceles, lo que facilita el comercio y aumenta la competitividad de las exportaciones mexicanas

Análisis:

Formalmente, México no ha violado el TIPAT en términos de barreras arancelarias. Sin embargo, áreas de riesgo como barreras indirectas, medidas proteccionistas temporales o tensiones en sectores sensibles pueden generar controversias si no se gestionan correctamente. Para evitar conflictos, México debe garantizar la transparencia en sus políticas arancelarias y el cumplimiento estricto del cronograma pactado.

3. Fortalecimiento de la cadena de valor regional: El TIPAT promueve la integración de las economías de los países participantes, mejorando las cadenas de suministro en la región

Análisis:

Aunque no se han registrado violaciones formales de México al fortalecimiento de las cadenas de valor bajo el TIPAT, áreas de riesgo incluyen; regulaciones internas que actúen como barreras no arancelarias, inconsistencias en la aplicación de las reglas de origen y políticas proteccionistas que desincentiven la inversión de países miembros. Para evitar conflictos, México debe priorizar la transparencia y la cooperación en proyectos regionales, además de garantizar que sus políticas internas estén alineadas con los objetivos del TIPAT

4. Fomento a la innovación tecnológica: Establece normas que facilitan el comercio digital y protegen la propiedad intelectual, beneficiando a empresas tecnológicas mexicanas

Análisis:

No se ha identificado una violación formal por parte de México en el área de innovación tecnológica bajo el TIPAT. Sin embargo, hay áreas críticas que podrían generar tensiones:

- Reformas insuficientes en materia de propiedad intelectual.
- Restricciones indirectas al comercio digital o a la transferencia tecnológica.
- Implementación de impuestos al comercio digital sin un enfoque equitativo.

Para evitar conflictos, México debe garantizar que sus regulaciones se ajusten a las disposiciones del TIPAT y promover un entorno competitivo y colaborativo en el comercio digital y la innovación tecnológica

5. Diversificación de mercados: México puede reducir su dependencia de Estados Unidos, abriendo nuevas oportunidades en economías de rápido crecimiento como Japón, Vietnam y Australia

Análisis:

Formalmente, México no ha violado las disposiciones del TIPAT relacionadas con la diversificación de mercados. Sin embargo, su limitada diversificación comercial y la falta de estrategias activas para aprovechar economías como Vietnam o Australia podrían considerarse un incumplimiento de los objetivos del tratado.

Para cumplir con el espíritu del TIPAT, México debe:

- Invertir en infraestructura logística.
- Promover agresivamente sus productos en mercados del TIPAT.
- Asegurar que sus productos cumplen con los estándares internacionales.

Si México no aborda estas áreas críticas, podría enfrentar consultas o tensiones con otros miembros del TIPAT interesados en una mayor participación comercial

6. Mejora en las prácticas empresariales: El TIPAT incluye disposiciones sobre transparencia, anticorrupción y estándares laborales que benefician a las empresas que operan bajo normas internacionales

Análisis:

México debe adoptar y aplicar medidas que garanticen la divulgación pública de información relevante en los procesos regulatorios, incluyendo cambios en políticas que afecten la actividad empresarial. El TIPAT exige la implementación de políticas efectivas contra el soborno y la corrupción en la administración pública y en las empresas privadas. México debe garantizar el respeto a los derechos laborales básicos, como la libertad sindical, el trabajo digno y la eliminación de la discriminación y el trabajo infantil. México está comprometido a alinear su legislación y prácticas con estándares internacionales que favorezcan la competitividad ética y sostenible.

7. Impulso a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs): El acuerdo facilita el acceso de las PYMEs mexicanas al comercio internacional a través de regulaciones que apoyan su integración al mercado global

Análisis:

Para cumplir plenamente con el TIPAT, México debe mejorar la infraestructura de apoyo a las PYMEs, aumentar la disponibilidad de financiamiento y garantizar que las regulaciones sean accesibles y comprensibles para los pequeños exportadores. Sin estas medidas, las PYMEs seguirán subutilizando las oportunidades que ofrece este tratado

Alcances del TIPAT:

1. Ampliación de la red de acuerdos comerciales: Con el TIPAT, México incrementa su número de acuerdos comerciales a 13, integrando nuevas oportunidades en mercados del Asia-Pacífico

Análisis:

México no ha violado directamente las disposiciones del TIPAT en cuanto a la ampliación de su red de acuerdos comerciales, pero hay áreas donde no ha capitalizado completamente las oportunidades que el acuerdo ofrece. México debe redoblar esfuerzos para implementar políticas que faciliten el acceso de las empresas mexicanas, especialmente las pequeñas y medianas, a los mercados del TIPAT, y aprovechar al máximo las ventajas comerciales que el tratado ofrece.

2. Incremento de inversiones extranjeras: El TIPAT crea un entorno favorable para que los inversionistas extranjeros se instalen en México, generando un impacto positivo en la economía

Análisis:

Aunque México no ha violado explícitamente el TIPAT en cuanto a la creación de un entorno favorable para las inversiones extranjeras, existen áreas de preocupación que podrían afectar la capacidad del país para atraer inversiones bajo los términos del tratado. Las tensiones regulatorias, las reformas en sectores estratégicos como la energía y las barreras burocráticas persisten como desafíos para aprovechar completamente las disposiciones del TIPAT.

3. Reforzamiento de la cooperación regional: Establece mecanismos de cooperación en áreas clave como el medio ambiente, el comercio y la sostenibilidad

Análisis:

México ha asumido compromisos importantes bajo el TIPAT para reforzar la cooperación regional en áreas clave como el medio ambiente, el comercio y la sostenibilidad, pero ha tenido dificultades en la implementación efectiva de estas políticas. Las reformas energéticas y las políticas ambientales de México, en ocasiones, han estado en contradicción con los objetivos del TIPAT de promover la sostenibilidad y la protección del medio ambiente. Aunque México ha adoptado reformas laborales, persisten desafíos para su aplicación efectiva, especialmente en sectores informales. Las preocupaciones sobre la deforestación y las normas laborales sugieren que México debe hacer esfuerzos adicionales para cumplir completamente con los compromisos adquiridos en el TIPAT.

4. Establecimiento de estándares globales: Las reglas del TIPAT aseguran que México opere bajo normas internacionales de alto nivel en áreas como comercio digital, derechos laborales y medio ambiente

Análisis:

México no ha violado de manera directa las disposiciones del TIPAT en cuanto a estándares globales en comercio digital, derechos laborales y medio ambiente, pero existen áreas de incumplimiento o implementación deficiente. Las críticas sobre la legislación digital, la aplicación de derechos laborales y las políticas energéticas apuntan a la necesidad de que México fortalezca sus esfuerzos para cumplir con los compromisos del TIPAT. Para garantizar el cumplimiento, México debe mejorar la implementación de políticas ambientales, asegurar que los derechos laborales se cumplan efectivamente, y

establecer un marco de comercio digital más robusto y transparente que esté alineado con las normas internacionales.

5. Mejora en la competitividad de sectores clave: Los sectores de manufactura, tecnología y agricultura mexicana se benefician de una mayor competitividad al alinearse con las mejores prácticas globales

Análisis:

México ha experimentado mejoras en la competitividad de sectores clave como la manufactura, tecnología y agricultura gracias al TIPAT, pero aún enfrenta desafíos significativos en áreas como derechos laborales, protección de propiedad intelectual y prácticas ambientales. Para que México cumpla plenamente con los estándares globales establecidos en el TIPAT, es esencial que implemente reformas más profundas y efectivas en estas áreas, especialmente en términos de sostenibilidad, innovación tecnológica y la mejora de las condiciones laborales en todos los sectores clave.

6. Apertura a nuevas fuentes de bienes y servicios: El TIPAT facilita el acceso a productos y servicios de alta calidad de otros países, diversificando las fuentes para el mercado mexicano

Análisis:

México ha aprovechado el TIPAT para acceder a nuevos bienes y servicios de alta calidad y diversificar sus fuentes de suministro, lo que ha mejorado la competitividad de la economía. Sin embargo, hay áreas en las que México podría estar incumpliendo el acuerdo. Las barreras no arancelarias en sectores como la agricultura, el uso de subsidios y preferencias por productores nacionales, y las dificultades con el comercio digital son puntos que pueden ser vistos como violaciones o incumplimientos del TIPAT.

Para maximizar los beneficios del acuerdo, México debe asegurar una mayor apertura comercial y una implementación más eficaz de las normativas de comercio digital.

7. Fortalecimiento de la estabilidad económica regional: Promueve la estabilidad económica entre los países firmantes al crear un marco normativo robusto para el comercio y la inversión

Análisis:

El TIPAT tiene el potencial de fortalecer la estabilidad económica regional y la cooperación económica entre México y otros países miembros, facilitando el comercio y la inversión. Sin embargo, algunas políticas internas de México, como las restricciones proteccionistas en algunos sectores, las incertidumbres fiscales y los problemas con la protección de la propiedad intelectual pueden socavar este objetivo y generar desconfianza en los inversionistas. Para que México cumpla completamente con los principios del TIPAT, es necesario alinear mejor sus políticas internas con los estándares globales de estabilidad económica y asegurar que sus compromisos comerciales sean implementados de manera efectiva.

Acuerdo de Asociación Económica Japón-México (AAEJM)

El Acuerdo de Asociación Económica Japón-México (AAEJM) es un tratado comercial firmado entre ambos países en 2004, que entró en vigor el 1 de abril de 2005. Este acuerdo tiene como objetivo fortalecer las relaciones económicas y comerciales mediante la eliminación de barreras arancelarias, la promoción de inversiones y la cooperación en áreas clave como tecnología e innovación. De acuerdo con Cervantes y Villalpando (2018), el AAEJM ha permitido diversificar los mercados de exportación mexicanos y reducir la dependencia de Estados Unidos, mientras que para Japón ha facilitado el acceso a recursos estratégicos y una mayor presencia en América Latina.

Por otro lado, según un informe de la Secretaría de Economía (2020), el acuerdo incluye disposiciones sobre servicios, inversiones, compras gubernamentales, propiedad intelectual y facilitación del comercio, lo que lo convierte en un instrumento integral para fomentar la competitividad y el desarrollo económico de ambas naciones. Asimismo, estudios como el de Yamashita (2015) destacan su relevancia en la creación de cadenas de valor transnacionales y el impulso al comercio agrícola y manufacturero.

Beneficios del AAEJM

1. Diversificación de mercados: México ha reducido su dependencia comercial de Estados Unidos al incrementar exportaciones hacia Japón, especialmente en sectores como el agrícola y manufacturero. Productos como aguacates, carne de cerdo y tequila han encontrado un mercado en expansión en Japón.
2. Fomento a la inversión: El tratado ha incentivado la llegada de inversión japonesa a México, especialmente en sectores clave como la industria automotriz, electrónica y tecnológica. Esto ha contribuido a la generación de empleos y transferencia tecnológica.
3. Fortalecimiento de cadenas de valor: La relación comercial permite una mayor integración en cadenas globales de valor, lo que incrementa la competitividad de ambos países.

4. Acceso preferencial: México y Japón han reducido barreras arancelarias para una amplia gama de productos, fomentando un comercio bilateral más competitivo.

5. Cooperación económica y técnica: El AAEJM promueve la colaboración en áreas como innovación, infraestructura y educación, mejorando las capacidades productivas de ambos países.

Análisis sobre violaciones al tratado

A lo largo de los años, México no ha registrado violaciones significativas al AAEJM que hayan resultado en disputas oficiales documentadas en organismos internacionales. Sin embargo, algunos cambios legislativos y políticas recientes en México han generado incertidumbre entre los inversionistas japoneses:

1. Modificaciones en la Ley de Hidrocarburos y Energía: Japón, como un socio interesado en las cadenas de suministro energético, ha manifestado preocupaciones sobre las reformas en el sector energético mexicano. Estas modificaciones podrían interpretarse como una falta de transparencia o de previsibilidad en las condiciones de inversión.

2. Políticas de preferencia hacia proveedores nacionales: Aunque no son violaciones directas al tratado, han surgido quejas de empresas japonesas sobre prácticas que podrían limitar su participación en licitaciones públicas.

3. Protección de inversiones: Japón ha señalado en foros internacionales la importancia de garantizar la estabilidad jurídica para sus empresas, especialmente en sectores donde México ha realizado ajustes regulatorios, como la minería.

Hasta ahora, no se han presentado casos de incumplimiento formal al tratado ante un organismo de resolución de disputas, lo que refleja un manejo prudente de la relación comercial entre ambos países. Sin embargo, México debe trabajar en la mejora de condiciones de inversión y en mantener la confianza de sus socios estratégicos.

CAPÍTULO 2. ORGANISMOS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN

Los organismos de apoyo a la exportación son instituciones, tanto públicas como privadas, dedicadas a fomentar y facilitar las actividades exportadoras. En el presente apartado se pretende proporcionar un listado sobre **15 organismos gubernamentales y no gubernamentales**, así como **3 programas** que podrían serle de utilidad al momento de exportar.

Secretaría de Economía

La Secretaría de Economía (SE) tiene como misión fomentar la productividad y competitividad de la economía mexicana mediante una innovadora política de fomento industrial, comercial y de servicios, así como el impulso a los emprendedores y empresas, fincado en la mejora regulatoria, la competencia de mercado y la diversificación del comercio exterior.

Programas

- Programas de exportación
- Devolución de Impuestos a Exportadores (DRAW BACK).
- Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX).
- Programas de Promoción Sectorial (PROSEC).
- CompraNET.
- Cupos ALADI y TLC.
- Red de Apoyo al Emprendedor.
- Registro de Proveedores Nacional para la Industria Eléctrica
- Registro de Proveedores Nacionales para la Industria de Hidrocarburos.
- Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (RNIE).
- Tarjeta del Registro Público de Minería.

- Ventanilla única.
- Base de datos: Socios comerciales de México en ALADI.
- Sistema Integral de Administración Minera (SIAM).
- Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI).
- Sistema de Información de Tratados Comerciales Internacionales (SICAIT).
- Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX)

Contacto

Vía telefónica: (55) 5729-9100/01(800) 08 32-666

Sitio web: www.economia.gob.mx

Oficinas

Av. Insurgentes Sur 1940, Col. Florida, C.P. 01030, Ciudad de México.

Secretaría de Relaciones Exteriores

La Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) tiene como objetivo conducir la política exterior de México. Desempeña sus obligaciones por medio del diálogo, cooperación, promoción del país y atención a mexicanos en el extranjero.

En cuanto al comercio exterior, **la Subsecretaría de Comercio Exterior** es la instancia del Gobierno Federal facultada para llevar a cabo la negociación, administración y defensa de los Tratados y Acuerdos Internacionales de Comercio e Inversión; así como establecer políticas y medidas destinadas a la operativa y facilitación del comercio exterior.

Servicios

- Autodiagnóstico Exportador
- Centro de Negocios “Invest in Mexico”
- Certificados de Origen Electrónicos (TLC G2)
- Comercia MX
- Data México
- Exporta Mx
- Inversión extranjera
- Registro Nacional de Inversión Extranjera (RNIE)
- Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE)
- Sistema de Asuntos Jurídicos para la Inversión Extranjera (SAJIE)
- Sistema de Información de Tratados Comerciales Internacionales (SICAIT)

Contacto

Sitio web: <https://e.economia.gob.mx/subsecretaria-de-comercio-exterior/>

Vía email: sub.comercioexterior@e.economia.gob.mx

Oficinas

Torre Ejecutiva: Calle Pachuca 189, Piso 18, Colonia Condesa, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06140, Ciudad de México.

Consejo Mexicano de Negocios (CMN)

El Consejo Mexicano de Negocios es una asociación civil que surgió en 1962 y está integrada por 57 empresarias y empresarios mexicanos comprometidos con promover el bienestar social y el desarrollo económico del país.

Por más de 60 años, el Consejo ha mantenido un diálogo abierto y continuo con representantes del gobierno, la sociedad civil, la academia y otros organismos empresariales, a fin de trabajar juntos en propuestas y acciones en beneficio de México.

Iniciativas y alianzas

- Liderazgos por un México Mejor
- Éntrale
- CCMX
- Líderes en movimiento

Contacto

Sitio web: <https://cmn.mx/>

En el sitio web se puede encontrar un formulario para contactarse con el CMN

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT)

El Banco Nacional de Comercio Exterior es una Sociedad Nacional de Crédito, Institución de Banca de Desarrollo con personalidad jurídica y patrimonio propios. Tiene por objeto financiar el comercio exterior en México, así como también participar en la promoción de este mismo.

Actividades que apoya

- Financiamiento a las exportaciones mexicanas.
- Financiamiento a las importaciones.

- Internacionalización de las empresas mexicanas.
- Apoyo a la inversión extranjera.
- Integración de la cadena de valor, a fin de aumentar el contenido nacional de nuestras exportaciones.
- Financiamiento para impulsar las actividades generadoras de divisas como turismo y energía.

Contacto

Atención de tus dudas vía telefónica sin costo, en horario de 9:00 a 18:00 hrs 55 5449 9000 800 Exporta (800 397 6782)

Sitio web: <https://www.bancomext.com/>

Vía email: bancomext@bancomext.gob.mx

Oficinas regionales

- Dirección regional noreste: Av. Gómez Morín 350, Condominio AON, 4o. piso, local 402, San Pedro Garza García, Nuevo León.
- Dirección regional occidente: Avenida Real Acueducto no. 335, Piso 12, Int. 2 Col. Real Acueducto, Zapopan, Jalisco, México.
- Dirección regional centro: Periférico Sur 4333, 3er. piso Poniente, Col. Jardines en la Montaña, México, D.F.

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)

La Cámara Nacional de la Industria de Transformación CANACINTRA es el organismo que representa al Sector Industrial de México. Tiene como objetivo fomentar la competitividad y la productividad de las empresas, apoyándolas para que se mantengan en constante actualización y se conviertan en agentes innovadores socialmente responsables. Por su cobertura, representatividad e infraestructura, CANACINTRA es la cámara más importante de toda Latinoamérica.

Beneficios

- La educación es importante, por eso te brindan descuentos y tarifas preferenciales con diversas instituciones; en cursos, colegiaturas, maestrías y doctorados para que puedas seguir aprendiendo y preparándote.
- Los mejores beneficios de consultorías, capacitaciones y asesorías para la empresa en los estados de Chihuahua, Guanajuato, San Luis potosí y Yucatán
- San Luis potosí y Veracruz ofrecen las mejores asesorías de financiamiento para tus empresas

Contacto

Via telefónica: 01 (55) 5482 3000

Vía email: informes@canacintra.org.mx

Sitio web: <https://canacintra.org.mx/camara/>

Oficina

Av. San Antonio 256, Nápoles, Benito Juárez, 03840 Ciudad de México, CDMX

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)

La modernización del sistema de propiedad industrial en México se inició con la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial promulgada el 27 de junio de 1991, misma que sustituyó a la anterior Ley de Invenciones y Marcas de 1976. En su artículo 7º, esta ley contempla la creación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), el cual se instituyó con el objeto inicial de ofrecer apoyo técnico a la Secretaría de Economía. Como resultado de la creación de reformas con el paso del tiempo, el IMPI se convierte en la autoridad para administrar el sistema de propiedad industrial en nuestro país.

Dentro de sus actividades se encuentran, entre otras, las siguientes:

- a) Fomentar y proteger los derechos relacionados con la propiedad industrial de todas aquellas creaciones de aplicación industrial, tales como un producto técnicamente nuevo, una mejora a una máquina o aparato, un diseño original para hacer más útil y atractivo un producto, un proceso de fabricación novedoso, una marca o aviso comercial, una denominación identificadora de un establecimiento o una declaración de protección sobre el origen geográfico que distingue o hace especial a un producto.
- b) Promover la cooperación internacional mediante el intercambio de experiencias administrativas y jurídicas con instituciones encargadas del registro y protección legal de la propiedad industrial en otros países, y difundir el sistema de propiedad industrial en México, a través de la asesoría y la realización de talleres, cursos y seminarios nacionales e internacionales dirigidos a asociaciones empresariales y comerciales, universidades y centros de investigación.
- c) Fomentar la transferencia de tecnología para coadyuvar a la actualización tecnológica de las empresas, mediante la divulgación de acervos documentales de información tecnológica y de la situación que guardan los derechos de

propiedad industrial en el extranjero para que las empresas nacionales incrementen su competitividad internacional.

- d) Realizar estudios sobre la situación de la propiedad industrial en el ámbito internacional y participar en las reuniones o foros internacionales.
- e) Fungir como órgano de consulta en la materia ante entidades de la administración pública federal.
- f) Contribuir a la formación de recursos humanos especializados en la materia.
- g) Fomentar una cultura de propiedad industrial en empresarios e investigadores, así como contribuir a la actualización tecnológica de las empresas.

Contacto:

Vía telefónica: 5334 0700/01800 57 05990.

Vía email: buzon@impi.gob.mx

Sitio web: www.impi.gob.mx

Oficina:

Periférico Sur 3106, Col. Jardines del Pedregal, C.P. 01900, Ciudad de México

**Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología, A.C.
(COMCE)**

COMCE es una organización privada, sin fines de lucro, que representa al sector empresarial mexicano en el ámbito internacional. Es el organismo del sector privado mexicano dedicado a la promoción del comercio exterior, la inversión extranjera y el desarrollo tecnológico.

El COMCE organiza eventos de actualización relacionados con el comercio exterior, negociaciones internacionales, reglamentación, oportunidades de negocio, programas de fomento, apoyos financieros, aprovechamiento de tratados internacionales, entre otros.

Ofrece servicios de:

Negocios Internacionales

- Citas de negocio
- Misiones comerciales
- Ferias internacionales
- Estudios de mercado
- Lista de compradores
- Perfil de mercado
- Eventos

Consultoría en Comercio Exterior

- TLC's
- Regulaciones no arancelarias
- IMMEX
- Operador económico autorizado
- Clasificación arancelaria
- Auditorías de comercio exterior

Capacitación presencial

- Congreso nacional

- Conferencias magistrales
- Diplomados
- Foros
- Talleres
- Seminarios
- Cursos personalizados inhouse

Capacitación Online

- Certificaciones
- Diplomados
- Seminarios
- Cursos
- Webinars informativos

Gestoría

Realizan trámites para importar o exportar cualquier tipo de mercancía, sean gestiones presenciales o en línea, entre los que destacan:

- IMMEX y CIVA
- Certificados de origen
- Padrón Gral. / sectorial
- Registros de marca
- NOM'S
- Visado de doctos.

Servicios especializados

- Programas de seguridad de la cadena de suministro
- Auditorías en Comercio Exterior
- Servicio integral en Comercio Exterior
- Defensa legal en Comercio Exterior

Contacto

Via telefónica: (55) 5231 7100

Via email: infoservicios@comce.org.mx

Sitio web: <https://www.comce.org.mx/>

Oficinas

Monte Elbruz 124, piso 8, Palmitas, Miguel Hidalgo, 11560, CDMX

Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR)

Organización encargada de representar, defender, y promover los intereses legítimos de las empresas pertenecientes a los sectores Comercio, Servicios y Turismo, a través de la integración y fortalecimiento de todas las Cámaras Confederadas.

¿Qué representan?

La Confederación es el organismo empresarial cúpula más grande y representativo de México. Representan al 60% del empleo formal de México según datos oficiales del IMSS y el 64% del Producto Interno Bruto del país. Representa a 257 Cámaras de Comercio con 4.8 millones de empresas y negocios familiares en más de mil 857 municipios del país. Las Cámaras están conformadas por PyMEs, Empresarios, directores o Socios de los sectores más representativos en México.

La CONCANACO SERVYTUR es el ÚNICO Organismo del sector COMERCIO, SERVICIOS y TURISMO. Es el “Órgano oficial de consulta” del Gobierno Federal conforme a la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, por lo que cuenta con representación y asientos en los Consejos, Comités, Grupos de Trabajo y Comisiones de casi todas las Dependencias del Gobierno Federal y Órganos del Estado, así como en otros Organismos Nacionales e Internacionales.

Objetivos:

- Coadyuvar a la unión y desarrollo de Cámaras Confederadas.
- Fomentar la eficacia competitiva de los establecimientos de Comercio, Servicios y Turismo.
- Fortalecer la imagen de los sectores Comercio, Servicios y Turismo.

Líneas de acción

Cultura organizacional y empresarial:

- Academia de Perfeccionamiento Empresarial.
- Reforzar la comunicación interna y externa.

- Implementar sistemas de seguimiento.

Estrategia Comercial:

- Fortalecer la posición y representatividad de la Confederación.
- Evaluar oportunidades de expansión o diversificación.

Innovación y Tecnología:

- Impulsar la adaptación de nuevas tecnologías que puedan mejorar la eficiencia operativa.
- Fomentar una cultura de innovación dentro de la organización.

Desarrollo de Talento:

- Academia de Perfeccionamiento Empresarial.
- Adopta a un deportista.

Sostenibilidad y Responsabilidad social Corporativa:

- Desarrollar e implementar iniciativas sostenibles
- Colaboración y Alianzas Estratégicas.

Contacto

Vía telefónica: 55 5722 9300

Sitio web. <https://www.concanaco.com.mx/>

Oficinas

Balderas 144, piso 3 Centro Cuauhtémoc 06070 CDMX

Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN)

La Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos, CONCAMIN, constituida en 1918, es el organismo cúpula de representación de los distintos sectores industriales, actividades económicas de alta trascendencia para el desarrollo económico de México.

Es un organismo de representación empresarial efectivo, reconocido por su liderazgo y capacidad plena para desarrollar a través de sus comisiones de trabajo proyectos e iniciativas que contribuyen a lograr el desarrollo sostenido de la industria mexicana.

Obligado órgano de consulta de los tres órdenes de gobierno en todos aquellos temas relacionados a la industria en México, acorde a la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones.

De acuerdo con lo establecido por la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, son un órgano de consulta y colaboración del Estado; así mismo mantienen una relación estrecha, armónica y propositiva con los tres niveles de gobierno y los poderes de la nación.

Contacto

Vía telefónica: 55 5140 7800

Vía email: atencionafiliados@concamin.mx

Sitio web: <https://www.concamin.org.mx/inicio>

Oficinas

Manuel María Contreras 133, Colonia Cuauhtémoc, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06500, CDMX

Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT)

El Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (Conahcyt) es la institución del gobierno de México responsable de formular y conducir las políticas públicas en materia de humanidades, ciencias, tecnologías e innovación en todo el país, con el objetivo de fortalecer la soberanía científica y la independencia tecnológica de México, bajo los principios de humanismo, equidad, bienestar social, cuidado ambiental y conservación de la riqueza biocultural.

Como cabeza del sector, el Conahcyt define, articula y coordina tanto las estrategias como las capacidades nacionales en investigación humanística y científica, desarrollo tecnológico e innovación del país, impulsando la ciencia básica y la investigación de frontera, al tiempo que establece las agendas de investigación prioritarias que inciden en el entendimiento y búsqueda de soluciones a los grandes retos nacionales en materia de salud, energía, agua, toxicidades, alimentación, seguridad humana, vivienda, sistemas socioecológicos, educación y cultura, ejes temáticos de los Programas Nacionales Estratégicos, Pronaces.

Asimismo, coordina el sistema de Centros Públicos (CP), compuesto por 26 instituciones reconocidas nacional e internacionalmente; fortalece a la comunidad científica a través de las diversas convocatorias de becas, tanto en el país como en el extranjero, las cuales

benefician anualmente a más de 85 000 estudiantes; además, estimula el quehacer científico de más de 41 000 personas investigadoras consolidadas, miembros del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores y del Programa Investigadoras e Investigadores por México.

Misión:

Fomentar y apoyar actividades de investigación humanística y científica, desarrollo tecnológico e innovación, incluyendo aquellas que redunden en el bienestar del pueblo de México, contemplen la preservación, restauración, protección y mejoramiento del ambiente, y faciliten el ejercicio y goce de otros derechos humanos, individuales y colectivos de las presentes y futuras generaciones.

Contacto

Vía telefónica: 555 322 7708

Via email: cca@conahcyt.mx

Sitio Web: <https://conahcyt.mx/centro-de-contacto-de-atencion/>

Oficinas

Av. Insurgentes Sur 1582, Col. Crédito Constructor, Alcaldía Benito Juárez. CP 03940, Ciudad de México. Tel: (55) 5322-7700

Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX)

La Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX) tiene como objetivo analizar, evaluar, proponer y concertar acciones entre los sectores público y privado en materia del comercio exterior de bienes y servicios en el marco del Sistema Nacional de Promoción Externa.

Fundamento

Art. 7 de la Ley de Comercio Exterior y Título IX de su Reglamento.

Integrantes

- SRE
- SHCP
- SEMARNAT
- SENER
- SE
- SADER
- SICT
- SS
- STPS
- SEDENA
- NAFIN
- BANCOMEXT

Funciones

- Diseñar e instrumentar políticas, lineamientos, mecanismos y criterios para la promoción de las exportaciones de bienes y servicios;

- Diseñar mecanismos que coordinen las acciones de las dependencias que tengan competencia en materia de promoción de exportaciones y promover medidas para la agilización de trámites administrativos y la eliminación de obstáculos que impidan el buen desempeño del sector exportador;
- Determinar los canales de comunicación que permitan la coordinación de políticas y acciones encaminadas a la promoción de las exportaciones de bienes y servicios;
Políticas y acciones de concertación con las representaciones del sector privado para la promoción del comercio exterior;
- Reunirse en sus distintos niveles y modalidades para evaluar y dictaminar las medidas que corresponda tomar;
- Establecer grupos para la resolución de asuntos relacionados con la promoción de las exportaciones;
- Participar en la reforma de la normatividad relacionada con la promoción de exportaciones;
- Fomentar la cultura exportadora a través de la organización de eventos o seminarios;
- Promover la participación de las empresas en el Premio Nacional de Exportación;
- Las demás que señale el Ejecutivo Federal.

Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)

Los Programas de Promoción Sectorial (PROSEC) son un instrumento dirigido a personas morales productoras de determinadas mercancías, mediante los cuales se les permite importar con arancel ad-valorem preferencial (Impuesto General de Importación) diversos bienes para ser utilizados en la elaboración de productos específicos (SNICE, 2024)

Beneficios

- Las personas morales que fabriquen las mercancías comprendidas en alguno de los 24 sectores PROSEC podrán importar con el **arancel ad-valorem** preferencial diversos bienes para ser incorporados y utilizados en el proceso productivo de las mercancías señaladas.
- Los beneficios del programa son únicamente respecto de los bienes a importar contenidos en el sector de que se trate, sin embargo, los titulares de programas PROSEC podrán solicitar su incorporación a nuevos sectores, siempre que acrediten elaborar los bienes correspondientes a estos.

Sectores

Existen 24 sectores PROSEC correspondientes a las siguientes industrias:

SECTORES PROSEC
1. De la Industria Eléctrica
2. De la Industria Electrónica
3. De la Industria del Mueble
4. De la Industria del Juguete, Juegos de Recreo y Artículos Deportivos
5. De la Industria del Calzado
6. De la Industria Minera y Metalúrgica
7. De la Industria de Bienes de Capital
8. De la Industria Fotográfica
9. De la Industria de Maquinaria Agrícola

- 10.** De las Industrias Diversas
- 11.** De la Industria Química
- 12.** De la Industria de Manufacturas del Caucho y Plástico
- 13.** De la Industria Siderúrgica
- 14.** De la Industria de Productos Farmoquímicos, Medicamentos y Equipo Médico
- 15.** De la Industria del Transporte, excepto el Sector de la Industria Automotriz y el de Autopartes
- 16.** De la Industria del Papel y Cartón
- 17.** De la Industria de la Madera
- 18.** De la Industria del Cuero y Pieles
- 19.** De la Industria Automotriz y de Autopartes
- 20.** De la Industria Textil y de la Confección
- 21.** De la Industria de Chocolates, Dulces y Similares
- 22.** De la Industria del Café.
- 23.** De la Industria Alimentaria
- 24.** De la Industria de Fertilizantes

Trámites

Trámites a través de VUCEM

Autorización

- Autorización programa nuevo productor directo.
- Autorización programa nuevo productor indirecto.

Ampliación

- Ampliación sector.
- Ampliación productor indirecto.

Modificación

- Modificación a domicilio de planta, bodega o almacén.
- Modificación cambio a Representación Federal.

Obligaciones

Reporte Anual de Operaciones de Comercio Exterior.

Proceso para trámites en VUCEM

Para subir los archivos, en formato PDF, en la Ventanilla Digital debes considerar las siguientes características:

- Resolución de 300 PPP o DPI's (Puntos por pulgada);
- Escala de grises o negros y;
- Peso máximo de 3 MB.

Figura. *Proceso para trámites en VUCEM*



Fuente: (SNICE, 2024)

Trámites a través del correo electrónico

Trámites a través del correo dgce.tramitesc@economia.gob.mx

Avisos

- Aviso cambio de domicilio fiscal.
- Aviso cambio de razón social.
- Aviso Cambio de Representante Legal.

- Fusión de Empresas PROSEC.

Proceso para trámites a través de correo

Los documentos enviados a través de correo pueden ser a color y en formato PDF.

Figura. *Proceso para trámites a través de correo.*



Fuente: (SNICE, 2024)

Contacto

Vía email: atencion.prosec@economia.gob.mx

Sitio web: <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/progfom.prosec.acercade.html>

Programa DRAWBACK

El Programa DRAWBACK es un esquema de devolución de impuestos de importación a los exportadores, que permite a los beneficiarios solicitar el Impuesto General de Importación (arancel) pagado en la importación de insumos, materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales incorporados al producto exportado, o que se retornen en el mismo estado (SNICE, 2024)

Objetivo

La devolución de impuestos de importación a los exportadores es una práctica internacionalmente aceptada por los países miembros de la Organización Mundial del Comercio. Su objetivo es que las mercancías exportadas sólo paguen impuestos en el país en donde son consumidas (SNICE, 2024)

Sujetos susceptibles de obtener un DRAWBACK

De acuerdo con la SNICE (2024), la devolución de impuestos de importación se realizará a las personas morales residentes en el país que importen y exporten insumos o mercancías en régimen definitivo, siempre y cuando lo soliciten. Por ejemplo, una empresa productora de prendas de vestir que importe tela, botones y todos aquellos insumos necesarios para la fabricación de camisas, puede solicitar la devolución del impuesto que pagó por la importación de esos insumos, una vez que sean exportados. O bien, una empresa comercializadora que importó mercancía puede devolverla al proveedor y solicitar el IGI que pago a la importación cuando:

- Hay excedente de mercancía.
- Está defectuosa.
- Está fuera de temporada.

- Por mercancía no solicitada.
- Por mercancía sin las especificaciones pedidas (color, talla, gancho, gramaje, presentación, etc.).

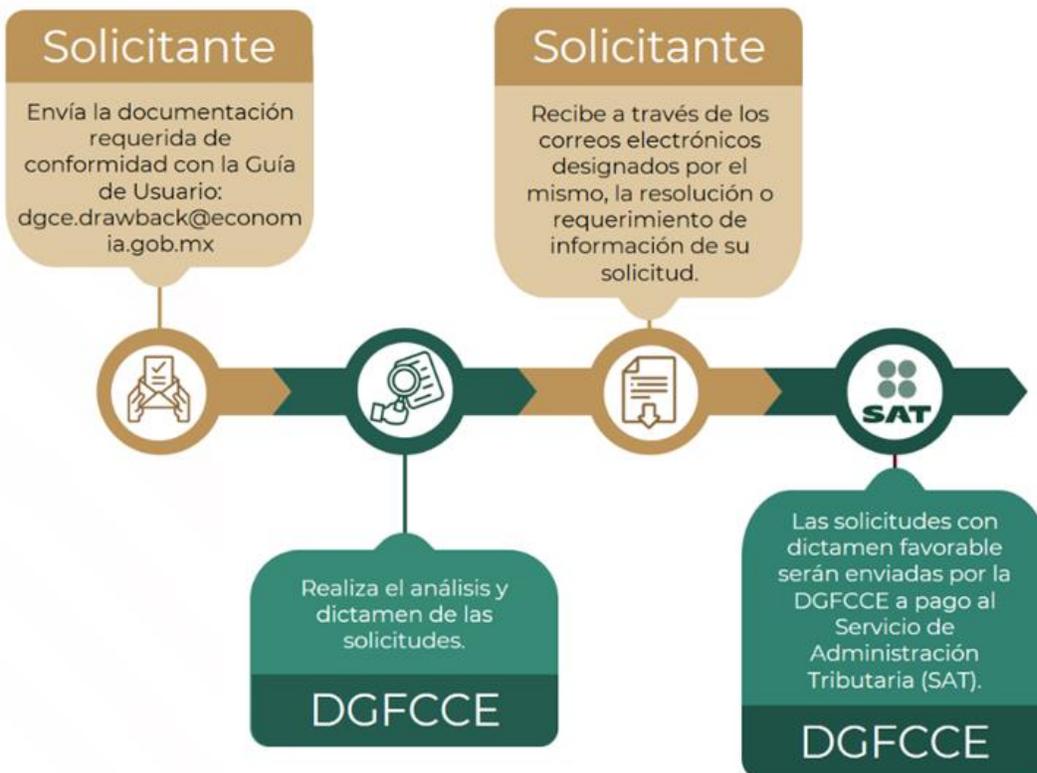
Modalidades del retorno de la mercancía

- Mercancías e insumos incorporados a mercancías de exportación (Materiales transformados): Aplicable a insumos o mercancías importadas utilizadas en la elaboración de un producto de exportación.
- Mercancías que se retornan al extranjero en el mismo estado, o que hayan sido sometidas a procesos de reparación o alteración: Aplicable a mercancía que se exporta en la misma condición, cuando se retorne en el mismo estado sin haberse sometido a ningún proceso de elaboración, transformación o reparación, o mercancía que se sujeta a operaciones que no alteran materialmente las características de la misma, tales como operaciones de carga, descarga, recarga, cualquier movimiento necesario para mantenerla en buena condición, o transportarla, así como procesos tales como la simple dilución en agua o en otra sustancia; la limpieza, incluyendo la remoción de óxido, grasa, pintura u otros recubrimientos; la aplicación de conservadores, incluyendo lubricantes, encapsulación protectora o pintura para conservación, el ajuste, limado o corte, el acondicionamiento en dosis, o el empaçado, re empaçado, embalado o re embalado; la prueba, marcado, etiquetado, clasificación o mezcla.

Trámites

El procedimiento para solicitar la devolución del Impuesto General de Importación a que se refiere el Decreto Drawback es el siguiente:

Figura. *Procedimiento para solicitar la devolución del Impuesto General de Importación*



Fuente: (SNICE, 2024)

Contacto

Vía email: dgce.drawback@economia.gob.mx

Sitio web: <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/programasdefom.drawback.html>

Programa IMMEX

El Programa IMMEX, es un instrumento de **fomento a las exportaciones** que puede ser utilizado por las empresas que **importen mercancías** de manera temporal y que realicen

un **proceso industrial o de servicio** destinado a la elaboración, transformación o reparación y/o a la prestación de servicios de exportación, difiriendo el pago del Impuesto General de Importación, del Impuesto al Valor Agregado y, en su caso, de las cuotas compensatorias (SNICE, 2024)

Beneficios

- Brinda a sus titulares la posibilidad de importar mercancías en régimen temporal, difiriendo el pago del impuesto general de importación, del impuesto al valor agregado y, en su caso, de las cuotas compensatorias, siempre y cuando realicen un proceso industrial o de servicio destinado a la elaboración, transformación o reparación y/o a la prestación de servicios de exportación.

Sujetos susceptibles de obtener un programa IMMEX

Las personas morales productoras residentes en territorio nacional y/o prestadoras de servicios de exportación que cumplan con los requisitos del programa

Trámites

Trámites a través de VUCEM

Autorización

- Autorización Programa Nuevo - **Terciarización**
- Autorización Programa Nuevo - **Industrial**
- Autorización Programa Nuevo - **Controladoras**
- Autorización Programa Nuevo - **Albergue**
- Autorización Programa Nuevo – **Servicio**

Ampliación

- Productos Sensibles.
- Productos sensibles subsecuentes.
- Registro de empresas submanufactureras.
- 3 R's (reparación, reacondicionamiento y remanufactura).
- Cambio de modalidad.
- Actividad de servicios.
- Registro de empresas controladas.
- Registro de empresas a las que se prestarán servicios.
- Registro de empresas terciarizadas.

Modificaciones

- Modificación a domicilio de planta, bodega o almacén.
- Modificación a socios y accionistas.
- Modificación baja de domicilio de una planta, bodega o almacén.

Proceso para trámites en VUCEM

Para subir los archivos, en formato PDF, en la Ventanilla Digital debes considerar las siguientes características:

- Resolución de 300 PPP o DPI's (Puntos por pulgada);

- Escala de grises o negros y;
- Peso máximo de 3 MB.

Figura. *Proceso para trámites en VUCEM*



Fuente: (SNICE, 2024)

Trámites a través del correo electrónico

Trámites a través del correo dgce.tramitesc@economia.gob.mx

Avisos

- Aviso cambio de domicilio fiscal.
- Aviso cambio de razón social.
- Aviso cambio de Representante Legal.
- Aviso cambio de socios y accionistas.

Modificaciones

- Modificación Baja de empresa controlada.

Solicitudes

- Fusión y/o Escisión de empresa con Programa IMMEX.
- Solicitud de Suspensión Temporal.

Proceso para trámites a través de correo

Los documentos enviados a través de correo pueden ser a color y en formato PDF.

Figura. Proceso para trámites a través de correo



Fuente: (SNICE, 2024)

Contacto

Vía email: atencion.immex@economia.gob.mx

Sitio web: <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/programasdefom.immex.html>

SEDEC (en Tabasco)

Contacto

Vía telefónica: Tel. [+52 \(993\) 3 10 97 50](tel:+52(993)3109750) Ext. 48000

Sitio web: <https://sedec.tabasco.gob.mx/>

Oficina

Avenida Paseo Tabasco 1504 Piso 2 Desarrollo Urbano Tabasco 2000, 86035 Villahermosa, Tab.

Horario de atención: Lunes a Viernes de 8:00 a 15:00 hrs

Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (COMEXI)

Contacto

Vía telefónica: (52 55) 8000 8121

Sitio web: <https://www.consejomexicano.org/>

Vía email: info@consejomexicano.org

Oficina:

Av. Insurgentes Sur 1647, piso 1 interior A. San José Insurgentes, Benito Juárez. 03900. Ciudad de México.

Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)

Contacto

Vía telefónica: (55) 5584-9522

Sitio web: <https://anierm.org.mx/>

Vía email: info@anierm.org.mx

Oficina

Monterrey No. 130 Col. Roma Norte Del. Cuauhtémoc C.P. 06700 México, D.F.

Sistema Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE)

El Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE) es el portal único de consulta de información del Gobierno de la República, que proporciona la información requerida por un usuario para poder participar en el comercio exterior.

Contacto

Sitio web: <https://www.snice.gob.mx>

Vía email: snice@economia.gob.mx

CAPÍTULO 3. TIPOS DE EXPORTACIÓN

La exportación es una actividad clave en el comercio internacional que permite a las empresas llevar sus productos o servicios más allá de las fronteras nacionales, accediendo a nuevos mercados y diversificando sus fuentes de ingresos. Este proceso, además de ser un motor de crecimiento económico para los países, es una estrategia fundamental para que las organizaciones amplíen su alcance, incrementen su competitividad y optimicen sus recursos.

Las exportaciones se pueden clasificar de dos formas: una por su temporalidad y otra según la forma de envío.

Por su temporalidad:

- **Exportación definitiva**
Son todas aquellas que serán consumidas en el mercado al que arriban. En otras palabras, no volverán a su país natal ni se comercializarán en otra nación, sino que serán habitantes de ese país los que adquirirán el producto.
- **Exportación temporal**
Es aplicable todas las exportaciones que se venden en un país con el objetivo de permanecer allí únicamente por un periodo de tiempo y con un propósito correcto.

Por su forma de envío:

- **Exportación directa**
- Es aquella en el que el exportador vende directamente sus bienes a un tercero en el país destino.
- **Exportación indirecta**

- Las empresas que exportan utilizan a intermediarios localizados, generalmente establecidos en el mercado local, quienes serán los que lleven a cabo el proceso de exportación.
- Exportación concertada
- Las exportaciones concertadas requieren de una colaboración entre el exportador y otras empresas que se encuentren en la misma industria.
- Exportación de Servicios
- Es más que la venta o intercambio de cualquier servicio producido en un país y llevado a otro.

La exportación definitiva

Es el proceso mediante el cual se envían bienes o mercancías a otro país de manera permanente, con la intención de que no regresen al país de origen. Este tipo de exportación implica la salida total de los productos del país exportador y su entrada en el país importador, donde cumplirán con los requisitos aduaneros locales y pueden estar sujetas a impuestos, aranceles o regulaciones específicas de importación.

Características Principales

- Permanencia del Producto

A diferencia de la exportación temporal, en la exportación definitiva los bienes no retornan al país de origen. Esto implica que los productos son destinados al consumo final o al uso en el mercado internacional.

- Cumplimiento de Regulaciones

Los productos exportados de manera definitiva deben cumplir con las normas y requisitos del país de destino, tales como:

Normas sanitarias.

- Certificaciones de calidad.
- Reglas de etiquetado y empaque.
- Restricciones arancelarias o tratados comerciales vigentes.
- Documentación Obligatoria

Este proceso requiere una serie de documentos esenciales para garantizar el cumplimiento de las leyes comerciales internacionales, tales como:

- Factura comercial.
- Lista de empaque.
- Certificado de origen.
- Documentación de transporte (como el conocimiento de embarque o guía aérea).
- Gravámenes e Impuestos

La exportación definitiva puede estar sujeta al pago de impuestos en el país de origen y/o destino, dependiendo de los acuerdos comerciales y tratados internacionales en los que ambos países participen.

- Intervención de Aduanas

Este tipo de exportación requiere la declaración formal ante las autoridades aduaneras, tanto en el país exportador como en el importador. Las aduanas verifican el contenido, valor y destino de los bienes.

Esta mercancía, por tanto, ni vuelve al país de origen ni va a un tercer país, salvo que sea devuelta por algún incumplimiento contractual o defecto.

Ventajas de la Exportación Definitiva

1. Ampliación de Mercados
2. Permite a las empresas alcanzar mercados internacionales, diversificar ingresos y reducir la dependencia del mercado interno.
3. Generación de Divisas
4. Las exportaciones definitivas representan una fuente clave de divisas para el país de origen, lo que fortalece la economía local.
5. Mayor Competitividad
6. Participar en mercados internacionales obliga a las empresas a mejorar la calidad de sus productos y servicios, fomentando la innovación y el cumplimiento de estándares globales.
7. Beneficios Fiscales y Comerciales
8. Algunos países otorgan incentivos fiscales a empresas que exportan, como la devolución de impuestos al valor agregado (IVA) o la reducción de tarifas en acuerdos comerciales.

Desafíos de la Exportación Definitiva

- Barreras Comerciales

Los exportadores deben enfrentar restricciones como aranceles, cuotas y medidas no arancelarias (normas técnicas o de seguridad).

- Costos Asociados

La logística, seguros y trámites aduaneros pueden incrementar los costos de exportación, afectando la rentabilidad.

- Riesgo de Incumplimiento

Si no se cumplen los estándares del país receptor, los productos pueden ser rechazados o retenidos, causando pérdidas económicas.

- Volatilidad Cambiaria

Los exportadores pueden enfrentar fluctuaciones en los tipos de cambio, afectando los ingresos proyectados.

Ejemplo Práctico

Un ejemplo típico de exportación definitiva es la comercialización de aguacates mexicanos hacia Estados Unidos. Los productores deben cumplir con normativas fitosanitarias del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, etiquetado adecuado y estándares de calidad. Una vez exportados, estos productos se distribuyen en supermercados y no regresan al país de origen.

En resumen, la exportación definitiva es una herramienta estratégica clave para cualquier empresa que busque expandir su alcance más allá de las fronteras nacionales. Este proceso no solo permite acceder a nuevos mercados, sino que también fomenta la competitividad y la innovación al enfrentarse a estándares internacionales. Sin embargo, para aprovechar al máximo esta modalidad de exportación, es esencial contar con una planificación sólida, una comprensión detallada de los requisitos legales y normativos del mercado destino, y una logística eficiente.

Desde una perspectiva profesional, dominar el proceso de exportación definitiva no solo genera ingresos significativos, sino que también fortalece la reputación de la empresa como un actor confiable en el comercio global. Con una adecuada gestión, este tipo de exportación puede convertirse en un pilar de crecimiento sostenible y en una ventaja competitiva en el ámbito internacional.

La exportación temporal

La exportación temporal es un régimen aduanero que permite la salida de bienes desde un país hacia el extranjero por un tiempo limitado y con un propósito específico, bajo la condición de que estos bienes sean reimportados posteriormente sin haber sufrido modificaciones esenciales. Este tipo de exportación no implica una venta definitiva y está regulada por tratados internacionales y normativas locales.

Características Principales

- **Carácter provisional**

Los bienes exportados temporalmente deben retornar al país de origen en el plazo establecido por las autoridades aduaneras. El periodo varía dependiendo del tipo de bien y la legislación vigente en cada país.

- **Exención de aranceles**

En muchos casos, los bienes exportados bajo este régimen están exentos de aranceles o impuestos, siempre que cumplan con las condiciones de retorno y no sean utilizados con fines comerciales permanentes.

- **Propósito definido**

La exportación temporal se aplica cuando los bienes tienen un fin específico, como

participación en ferias comerciales, exposiciones, proyectos técnicos, reparaciones, mantenimiento o demostraciones.

- **Regulaciones** **estrictas**

El proceso requiere documentación detallada y el cumplimiento de normativas específicas, ya que se debe garantizar que los bienes sean reimportados en las mismas condiciones en las que fueron enviados.

- Propósitos de la exportación temporal
- Ferias y exposiciones internacionales: Empresas utilizan este régimen para enviar productos y equipos que serán exhibidos en eventos comerciales y promocionales en el extranjero.
- Proyectos específicos: Herramientas, maquinaria o equipo técnico pueden ser exportados temporalmente para ser utilizados en proyectos de ingeniería, construcción u otras actividades temporales.
- Reparaciones y mantenimiento: Bienes como maquinaria, vehículos o equipos pueden ser enviados fuera del país para ser reparados o actualizados antes de ser devueltos.
- Demostraciones o pruebas: Productos innovadores o maquinaria especializada pueden ser enviados al extranjero para demostraciones técnicas o pruebas específicas.

Beneficios de la exportación temporal

1. Ahorro en costos

Al estar exenta de aranceles e impuestos de importación en el país de destino, esta modalidad resulta más económica para las empresas.

2. Flexibilidad operativa

Facilita el traslado de bienes necesarios para proyectos o eventos internacionales sin necesidad de venderlos o exportarlos definitivamente.

3. Promoción comercial

Empresas pueden mostrar sus productos en mercados internacionales, lo que genera oportunidades de negocio sin comprometer inventarios permanentes.

4. Facilitación del comercio internacional

La exportación temporal promueve la colaboración entre países y la participación en actividades globales, como ferias y exposiciones.

Requisitos y documentación

Para acceder al régimen de exportación temporal, se requiere cumplir con ciertos requisitos, los cuales incluyen:

- Declaración aduanera
Detallar los bienes a exportar, su valor, propósito y el tiempo de permanencia en el extranjero.
- Garantías o seguros
En algunos casos, se exige una garantía que asegure el retorno de los bienes.
- Documentación específica
Facturas, permisos de exportación, certificados de origen y documentación adicional dependiendo del tipo de bien.

Retos y consideraciones

1. Cumplimiento de plazos

Es esencial que los bienes sean retornados en el plazo estipulado para evitar sanciones o pérdida de beneficios fiscales.

1. Logística y transporte

Asegurar que los bienes lleguen en óptimas condiciones y a tiempo para cumplir su propósito puede representar un desafío.

2. Regulaciones internacionales

Los tratados comerciales y las normativas locales pueden variar, lo que obliga a las empresas a estar bien informadas y asesoradas.

Ejemplo práctico

Una empresa de maquinaria industrial en México necesita enviar una perforadora a un proyecto minero temporal en Perú. Utilizando el régimen de exportación temporal, la empresa despacha la perforadora sin pagar aranceles. Tras finalizar el proyecto, la maquinaria es devuelta a México dentro del plazo permitido, cumpliendo con todos los requisitos establecidos.

La exportación temporal es una herramienta clave en el comercio internacional, especialmente para empresas que participan en actividades transitorias fuera de su país de origen. Su correcta aplicación permite ahorrar costos, optimizar operaciones y acceder a mercados internacionales sin comprometer recursos permanentes. Sin embargo, su éxito depende de un manejo adecuado de las normativas y un planeamiento logístico efectivo.

La exportación directa

El primer gran tipo de exportación es la denominada exportación directa. Como su propio nombre indica, es aquella en la que el exportador vende directamente sus bienes a un tercero en el país destino. Eso supone que es la propia empresa quien asume el control de la exportación, pero también todos sus costes.

La exportación directa también se puede hacer por diferentes vías, principalmente:

- Utilizando a su propio equipo comercial desde el país de origen.
- Creando una filial en el país destino.
- Vendiendo directamente al consumidor final en el extranjero, una modalidad en auge gracias al comercio electrónico.

Empresas que realizan exportación directa

En general, las empresas que realizan exportación directa son compañías consolidadas que tienen una estructura financiera sólida, venden un producto muy diferenciado y demandado o llevan mucho tiempo en el mercado de exportación, lo que les da una mayor seguridad en sus operaciones comerciales.

Ventajas de la exportación directa

Una de las ventajas más claras de la exportación directa es la de trabajar con un mayor margen comercial.

También se tiene un mayor control sobre su producto y su cadena de venta hasta que llega al consumidor final. Esto le proporciona a su vez más información sobre el mercado, consumidores y sus preferencias. A cambio es también más arriesgada y genera más costes, en cuanto tiene que hacerse cargo con los costes de envío, aduanas, almacenamiento y equipo comercial.

La exportación indirecta

La exportación indirecta se refiere a la venta de productos o servicios a un intermediario, como un distribuidor o agente comercial, que luego se encarga de colocarlos en el

mercado extranjero. En este modelo, el productor no tiene contacto directo con el cliente final en el país de destino, ya que el intermediario asume el rol de puente entre ambas partes.

Características principales

Los intermediarios son esenciales para el éxito de la exportación indirecta. Entre los actores clave se encuentran:

1. Comisionistas de Exportación: Representan al productor en mercados extranjeros, gestionando ventas a cambio de una comisión.
2. Distribuidores Internacionales: Compran productos al productor para revenderlos en el exterior. Asumen riesgos de inventario y establecen relaciones con los clientes locales.
3. Casas de Comercio Exterior: Empresas especializadas en la gestión de exportaciones que ofrecen servicios integrales, incluyendo logística, documentación y marketing.
4. Mayoristas y Minoristas: Actúan como compradores intermedios y comercializan los productos en el mercado destino.

Ventajas de la Exportación Indirecta

- Bajo Riesgo y Costo Inicial: Dado que los intermediarios manejan aspectos críticos como la logística y el cumplimiento de normativas, el productor no necesita invertir significativamente en infraestructura o personal especializado.
- Acceso a Experiencia Especializada: Los intermediarios suelen tener un profundo conocimiento del mercado objetivo, incluyendo preferencias de los consumidores y regulaciones locales.
- Rapidez para Iniciar Exportaciones: Este método permite una entrada más rápida a mercados internacionales, ya que el productor aprovecha redes comerciales existentes.

Desventajas de la exportación indirecta

- Menor Control sobre el Mercado: El productor depende del intermediario para gestionar la relación con los clientes y el posicionamiento de la marca, lo que puede limitar su capacidad de influir en el mercado.

- Reducción de la Rentabilidad: La participación de intermediarios reduce las ganancias, ya que estos cobran comisiones o establecen márgenes comerciales.
- Riesgo de Dependencia: Las empresas pueden volverse dependientes de sus intermediarios, lo que dificulta la transición hacia exportaciones directas en el futuro.

Casos de Uso de la Exportación Indirecta

Un ejemplo común de exportación indirecta se da en el sector de las artesanías, donde los productores venden sus productos a casas de comercio exterior que los distribuyen a minoristas en el extranjero. Otro caso es el de pequeñas empresas alimenticias que exportan a través de distribuidores internacionales especializados en productos gourmet.

La exportación indirecta es una estrategia valiosa para empresas que buscan expandirse internacionalmente con bajos costos y riesgos. Aunque implica ceder control y parte de las ganancias, ofrece una solución práctica para ingresar a mercados extranjeros sin la necesidad de desarrollar una infraestructura compleja. Para aprovechar al máximo este modelo, es crucial seleccionar cuidadosamente a los intermediarios y establecer acuerdos claros que protejan los intereses del productor.

Si estás considerando implementar esta estrategia, asegúrate de evaluar tanto los beneficios inmediatos como las implicaciones a largo plazo para tu negocio.

La exportación concentrada

La exportación concertada consiste en la unión estratégica de dos o más empresas que, aunque pueden ser competidoras o complementarias, cooperan con un objetivo común: internacionalizar sus productos o servicios. Estas alianzas suelen adoptar formas como consorcios de exportación, joint ventures, asociaciones estratégicas o agrupaciones comerciales, donde las empresas participantes comparten recursos logísticos, canales de distribución, esfuerzos promocionales y conocimiento del mercado internacional.

Características de la Exportación Concentrada

1. Colaboración entre empresas: Involucra acuerdos entre empresas independientes que operan como un equipo para entrar a mercados extranjeros.
2. Compartición de costos y riesgos: Las empresas distribuyen los gastos en transporte, almacenamiento, promoción y adaptaciones necesarias para los mercados objetivo.
3. Acceso compartido a mercados: Permite ingresar a mercados difíciles o inaccesibles para empresas de manera individual.
4. Especialización: Cada empresa aporta su fortaleza, como experiencia logística, producción o marketing.
5. Flexibilidad estructural: Puede adoptar diferentes estructuras, como consorcios formales o acuerdos informales.

Ventajas de la Exportación Concertada

- Reducción de Costos
Compartir gastos en transporte, distribución y promoción reduce significativamente los costos de exportación.
- Aprovechamiento de Sinergias
Las empresas participantes combinan sus recursos y conocimientos para potenciar su presencia internacional.
- Acceso a mercados complejos
Facilita la entrada a mercados internacionales que requieren mayor inversión o adaptación cultural.
- Minimización de riesgos
Los riesgos asociados a la exportación se distribuyen entre empresas participantes.
- Mejora en la competitividad
Permite que las empresas ofrezcan una oferta más sólida y competitiva al mercado internacional.

Desventajas de la Exportación Concertada

1. Pérdida parcial de autonomía: Las empresas deben consensuar decisiones, lo que puede limitar la independencia operativa.
2. Conflictos internos: Las diferencias en objetivos, aportaciones y beneficios pueden generar tensiones entre los socios.
3. Dependencia de terceros: Si uno de los socios incumple, puede afectar negativamente al resto.
4. Complejidad administrativa: Requiere acuerdos claros y detallados para evitar problemas legales o administrativos.

Ejemplo Práctico

Un caso típico de exportación concertada es la creación de un consorcio de exportación por parte de pequeñas bodegas de vino en España. Estas empresas, al no contar con los recursos necesarios para exportar de manera individual, se asocian para formar un consorcio que las representa en ferias internacionales, gestiona la logística de exportación y distribuye sus productos en mercados como Estados Unidos y Asia. Este modelo permite a las bodegas competir con grandes multinacionales y mejorar su presencia global.

Pasos para Implementar una Estrategia de Exportación Concertada

1. Identificación de socios potenciales: Buscar empresas con objetivos comunes y productos complementarios.
2. Establecimiento de acuerdos claros: Definir responsabilidades, aportaciones y beneficios para cada participante.
3. Creación de un plan conjunto: Diseñar estrategias de mercado, logística y promoción internacional.

4. Gestión de recursos compartidos: Coordinar el uso de recursos, como almacenes, transporte y personal.
5. Evaluación continua: Monitorear los resultados y ajustar las estrategias según las necesidades del mercado.

La exportación concertada es una estrategia poderosa para las empresas que buscan expandir su alcance internacional sin asumir todos los riesgos y costos de manera individual. Aunque implica desafíos como la coordinación y resolución de conflictos, los beneficios en términos de ahorro, acceso a mercados y competitividad son significativos. Este modelo se posiciona como una alternativa viable, especialmente para PYMES, en un mundo globalizado y altamente competitivo.

La Exportación de Servicios

Se considera exportación de servicios a cualquier prestación realizada en el país a título oneroso y sin relación de dependencia, cuya utilización o explotación efectiva se lleve a cabo en el exterior, entendiéndose por tal a la utilización inmediata o al primer acto de disposición por parte del prestatario.

Modalidades de la exportación de servicios

Dentro de lo que es la exportación de servicios, existen varias modalidades, a tener en cuenta en función del ámbito y del tipo de comercio.

Aquí te mostramos algunos ejemplos sobre cómo funciona la exportación de servicios:

- Servicios transfronterizos de exportación: cruza la frontera sin desplazar a personas a otros territorios. Por ejemplo: programas adquiridos por internet.
- Establecimiento de presencia comercial en el extranjero: es decir, alguna empresa local que se instale en otro país.
- Transferencia de consumidores extranjeros en el país local: cuando se realiza turismo en otra nación, por ejemplo.
- Exportación de servicios profesionales independientes: cuando un prestador de servicios viaja físicamente a otro país para proveer a otro, a través de una consultoría.

La exportación de servicios puede realizarse de manera directa o indirecta:

- Exportación de servicios de forma directa: en esta, la empresa se encarga de todo el proceso para controlar la comercialización y conocer los mercados internacionales.
- Exportación de servicios de forma indirecta: el comercio se realiza a través de intermediarios que apoyan la exportación. En este caso, la empresa depende de la contratación de los servicios de agentes de compras en el país receptor.

Ventajas y desventajas de la exportación de servicios

La exportación de servicios cuenta con varias ventajas, tales como:

- Acceso a nuevos mercados.
- Mejora de la imagen empresarial.
- La actualización tecnológica.
- El aprovechamiento de la capacidad de producción.
- Crecimiento de la empresa al generar nuevos ingresos.
- Generación de empleos y de divisas para México.
- Disminución de la dependencia del mercado local.
- Fortalecimiento de la competitividad de los productos de calidad.

Sin embargo, los principales inconvenientes al momento de exportar y que debes tomar en cuenta para tus operaciones son:

- La falta de conocimiento del mercado de la contraparte.
- La extrema diversificación de los mercados.
- Desconocimiento del proceso de exportación.
- El cálculo deficiente del impuesto de exportación de servicios.
- La impaciencia del exportador de servicios al no ver resultados inmediatos.

Exportadores ocasionales

La primera fase de la internacionalización suele ser la exportación ocasional. Esto ocurre cuando la empresa exporta la producción sobrante en el mercado interior o exporta de manera esporádica porque ha recibido pedidos del exterior, generalmente sin haberlos buscado. La compañía suele recurrir a intermediarios locales y no ejerce ningún control sobre las variedades del marketing en el mercado exterior.

La principal influencia exterior en la decisión de una empresa de internacionalizarse es la demanda externa. La indignación proveniente del extranjero y otras expresiones de la demanda tienen un efecto profundo en el interés inicial de ingresar al mercado

internacional. Los pedidos internacionales no solicitados son el principal factor que anima a las empresas a comenzar a exportar.

Los clientes del extranjero pueden visitar un sitio y colocar un pedido internacional, aunque la empresa haya planeado comercializar sus productos sólo en el ámbito nacional. Por supuesto, la empresa puede optar por ignorar el interés extranjero y perder la oportunidad de llegar a nuevos mercados. Pero si no lo hace, puede encontrarse de buenas a primeras exportando. A estas empresas se les da el nombre de exportadores ocasionales.

Licenciamiento

Mediante un contrato de licenciamiento una empresa, la otorgante de licencias o licenciador, permite a otra utilizar su propiedad intelectual a cambio de una compensación designada como regalía. La empresa receptora es la titular de la licencia o licenciataria. La propiedad puede incluir patentes, marcas registradas, derechos de propiedad, tecnología, conocimiento técnico; o habilidades de marketing específicas.

Ejemplo práctico:

Por ejemplo, una empresa que ha desarrollado un nuevo envase para líquidos puede permitir que otras empresas en el extranjero utilicen el mismo proceso. Por tanto, el licenciamiento equivale a la exportación e importación intangibles.

Ventajas del licenciamiento

Cómo una estrategia de ingreso, el licenciamiento no requiere de inversión de capital ni conocimiento o fortaleza de marketing en mercados extranjeros. El ingreso proveniente de las regalías ofrece la oportunidad de obtener un rendimiento sobre la inversión adicional en investigación y desarrollo en que se ha incurrido. El licenciamiento ofrece un concepto probado que reduce cuestiones como el riesgo de fracasos de investigación y desarrollo, el costo del diseño en torno a las patentes del licenciador o el temor a un litigio por infracción de patentes. Además la cooperación y apoyo de un contrato de licenciamiento en curso permite al licenciataria beneficiarse de nuevos desarrollos.

El licenciamiento reduce la exposición a la intervención gubernamental y al terrorismo, ya que el licenciataria por lo general es una empresa local y permite a una empresa intentar hacer negocios en un mercado extranjero sin una inversión importante de capital o de tiempo de administración. También puede evitar la competencia en un mercado, en especial si los recursos del licenciador permiten una participación a escala completa sólo en los mercados seleccionados. Una razón más para promover las actividades de licenciamiento es la mayor protección a nivel global de los derechos de propiedad

intelectual, que hace que las empresas estén dispuestas a transferir su conocimiento exclusivo por todo el mundo.

Desventajas de licenciamiento:

El licenciamiento no carece de desventajas. Deja la mayor parte de las funciones de marketing en manos del licenciatario. Como resultado, el licenciador obtiene solo la experiencia limitada. Además, el punto de apoyo inicial es el mercado extranjero quizá no sea una manera de empezar. A cambios de las regalías, el licenciador puede crear su propia competencia no sólo en los mercados en donde se realizó el contrato, sino también en mercados terceros.

Franquiciamiento

En el franquiciamiento la empresa matriz (el franquiciante o franquiciador) otorga a otra entidad independiente (el franquiciado o franquiciatario) el derecho de hacer negocios de una forma específica. Este derecho puede adoptar la forma de vender los productos del franquiciante o utilizar su nombre, producción, preparación y técnicas de marketing, o bien su enfoque de negocios.

Las principales formas de franquiciamiento son los sistemas entre fabricante y minorista (como los concesionarios de automóviles), sistemas entre fabricante y mayorista (como las compañías de bebidas refrescantes), y los sistemas de servicio entre empresa y minorista (como servicios de hospedaje y establecimientos de comida rápida). Las franquicias de productos o comercio enfatizan el producto o artículo de consumo que se va a vender, mientras que la franquicia con formato de negocios se enfoca en formas de hacer negocios.

Ejemplo práctico:

Una franquicia estadounidense de comida rápida que ha tenido éxito en el mercado chino.

Ventajas del franquiciamiento

Las principales razones para la expansión internacional de los sistemas de franquicias son el potencial del mercado, la ganancia financiera y los mercados naturales saturados. Desde el punto de vista del franquiciado, la franquicia es benéfica porque reduce el riesgo de implementar un concepto probado.

Ejemplo práctico:

Para ingresar al mercado indio, donde las vacas se consideran sagradas, McDonald's ofrece hamburguesas sin carne vacuna.

Otro problema es la protección del sistema de negocios que ofrece una franquicia. La selección y capacitación de los franquiciados representa otro problema. Aunque el franquiciado local conoce mejor el mercado, el franquiciador aún necesitara entender el mercado para fines de adaptación del producto y detalles operativos.

La Exportación Integrada

La exportación integrada se refiere a un modelo de comercio internacional en el cual una empresa asume el control total de todas las etapas del proceso de exportación. Esto incluye la producción, almacenamiento, gestión logística, trámites aduaneros y distribución en el país destino. Este tipo de exportación permite a las empresas maximizar su control operativo y garantizar la calidad en todas las fases, además de obtener mayores beneficios a largo plazo.

Características de la Exportación Integrada

1. Control Total del Proceso: Las empresas que implementan este modelo gestionan internamente todas las actividades relacionadas con la exportación, desde la fabricación hasta la entrega final.
2. Inversión Inicial Alta: Este tipo de exportación requiere de una infraestructura sólida, conocimientos especializados, y recursos económicos significativos para desarrollar operaciones internacionales de manera eficiente.
3. Eliminación de Intermediarios: Al no depender de agentes externos, las empresas ahorran costos de intermediación y logran una relación directa con los clientes en el extranjero.
4. Adaptación a Mercados Internacionales: Permite a las empresas conocer de primera mano las necesidades de los mercados destino y personalizar sus productos o servicios en consecuencia.

Ventajas de la Exportación Integrada

- Mayor Rentabilidad: Al eliminar intermediarios, la empresa retiene una mayor parte de las ganancias.
- Control de Marca: Este modelo permite posicionar mejor la marca en mercados internacionales al evitar que otros actúen en su nombre.
- Relación Directa con Clientes: Facilita la fidelización de los clientes y una mejor comprensión de sus necesidades.
- Estrategia a Largo Plazo: Aunque la inversión inicial es alta, este modelo se traduce en beneficios sostenibles a largo plazo.

Desventajas de la Exportación Integrada

- **Costos Iniciales Elevados:** Las empresas necesitan invertir en infraestructura, capacitación, y logística internacional.
- **Riesgo Operativo:** La empresa asume todo el riesgo asociado con fluctuaciones del mercado y cambios regulatorios.
- **Complejidad Administrativa:** Requiere experiencia en comercio internacional y cumplimiento de normativas aduaneras y fiscales.

Ejemplo Práctico

Un ejemplo típico de exportación integrada en México son las grandes productoras de tequila, como Casa Herradura o José Cuervo, que gestionan la producción, embotellado, y distribución de sus productos directamente a mercados internacionales, asegurando calidad y control de su marca.

La Exportación Experimental

La exportación experimental es una modalidad de comercio internacional utilizada principalmente por empresas que desean evaluar la aceptación de sus productos en mercados extranjeros antes de comprometerse con operaciones a gran escala. Este enfoque permite minimizar riesgos y obtener información valiosa sobre las preferencias de los consumidores en otros países.

Características de la Exportación Experimental

- **Envíos de Prueba:** Consiste en el envío de pequeñas cantidades de productos a mercados específicos con el objetivo de analizar su comportamiento y aceptación.
- **Bajo Riesgo Inicial:** Al no involucrar operaciones masivas, las empresas pueden experimentar con un nivel limitado de inversión.
- **Uso de Intermediarios:** Generalmente, estas exportaciones se realizan a través de agentes comerciales, distribuidores o comercializadoras, que facilitan el acceso a mercados desconocidos.
- **Enfoque Temporal:** Suele ser una estrategia a corto plazo mientras se obtienen datos para planificar futuras exportaciones definitivas.

Ventajas de la Exportación Experimental

- **Reducción de Riesgos:** Permite evaluar un mercado extranjero antes de realizar una inversión significativa.

- Obtención de Información del Mercado: Ayuda a conocer las preferencias de los consumidores, regulación local y barreras comerciales.
- Adaptación de Productos: Las empresas pueden ajustar su oferta con base en los resultados obtenidos durante esta etapa.

Desventajas de la Exportación

- Menores Ingresos Iniciales: Los volúmenes pequeños limitan las ganancias en la etapa experimental.
- Dependencia de Intermediarios: Puede implicar menor control sobre el producto y la marca.
- Costos de Logística: A pesar del bajo volumen, la exportación experimental requiere cumplir con requisitos legales y logísticos.

Ejemplo práctico

Un productor mexicano de mezcal envía un lote pequeño a una feria comercial en Alemania para analizar la reacción del mercado europeo antes de establecer una operación más grande. En esta etapa, recolecta datos sobre aceptación, precios óptimos y posibles distribuidores.

Exportación Experimental en México

En México, las exportaciones experimentales son comunes en sectores como el de productos agrícolas, alimentos procesados y artesanías. Instituciones como la Secretaría de Economía y plataformas como ProMéxico (aunque ya no activa) han ofrecido asesoría para implementar estrategias de este tipo.

Para más información sobre exportaciones y programas de apoyo:

- Secretaría de Economía - Exportaciones
- Drip Capital - Exportaciones Temporales

Exportación Parcialmente Interesada

La exportación parcialmente interesada es un modelo en el que una empresa comparte las responsabilidades del proceso de exportación con terceros, como distribuidores, agentes comerciales o comercializadoras. Este enfoque permite a las empresas

participar en el comercio internacional sin asumir todos los riesgos y costos asociados, mientras conservan cierto control sobre su producto y operaciones.

Características de la Exportación Parcialmente Interesada

1. **Compartición de Tareas:** La empresa delega ciertas actividades, como la logística, el almacenamiento o los trámites aduaneros, a socios externos.
2. **Relación con Intermediarios:** La exportación se realiza mediante acuerdos con intermediarios que operan en los mercados extranjeros.
3. **Reducción de Riesgos y Costos:** La empresa no necesita invertir en infraestructura propia ni asumir la totalidad del riesgo de ingresar a un mercado nuevo.
4. **Flexibilidad Operativa:** Este modelo es ideal para empresas que están probando su producto en el extranjero o que desean expandirse gradualmente.

Ventajas de la Exportación Parcialmente Interesada

- **Menor Inversión Inicial:** Las empresas pueden aprovechar la experiencia y los recursos de sus socios comerciales.
- **Acceso a Mercados Desconocidos:** Los intermediarios suelen tener conocimiento del mercado local, lo que facilita la entrada al país destino.
- **Estrategia Escalable:** Permite a las empresas iniciar operaciones internacionales sin un compromiso completo.
- **Desventajas de la Exportación Parcialmente Interesada**
- **Menor Control:** Al depender de terceros, la empresa tiene menos control sobre la comercialización y la relación con los clientes finales.
- **Pérdida de Margen de Ganancia:** Los intermediarios suelen cobrar comisiones por sus servicios, lo que reduce las utilidades.
- **Dependencia de Socios Externos:** Un desempeño deficiente del intermediario puede afectar la reputación de la empresa.

Ejemplo Práctico

Una empresa mexicana productora de miel decide exportar a Europa. Para ello, contrata a una comercializadora internacional que se encarga de los trámites aduaneros y la distribución del producto en supermercados europeos. La empresa mantiene control sobre la calidad del producto, pero delega la logística al intermediario.

Aplicación en el Comercio Mexicano

En México, la exportación parcialmente interesada es común entre pequeñas y medianas empresas (PyMEs) que desean internacionalizarse sin asumir todos los riesgos. Instituciones como la Secretaría de Economía y programas de apoyo comercial ofrecen asesoría para implementar este modelo.

Para conocer más sobre estrategias y programas relacionados

- Secretaría de Economía - Exportaciones
- Drip Capital: Estrategias de Exportación

CAPÍTULO 4. INCOTERMS

¿Qué son los incoterms?

Los incoterms de transporte (términos internacionales de comercio) son los términos contractuales estándar que se utilizan en los contratos de venta con importadores/exportadores.

En otras palabras, especifican cuándo la responsabilidad sobre las mercancías se transfiere del proveedor al comprador

Incoterms para el transporte aéreo

Los incoterms que se utilizan habitualmente para los envíos aéreos son los siguientes:

En fábrica (Ex-Works, EXW), mediante el cual el comprador asume la responsabilidad en el almacén del vendedor y se encarga de todo, incluido el transporte y el seguro.

Transporte y seguro pagados hasta destino (Carriage and Insurance Paid, CIP), mediante el cual se atribuye al vendedor la responsabilidad del seguro.

Transporte pagado hasta destino (Carriage Paid to, CPT), mediante el cual el vendedor entrega las mercancías y cubre todas las tarifas involucradas en la entrega de estas hasta el destino designado. Después de la entrega, el comprador asume la responsabilidad.

Entrega con derechos pagados (Delivered Duty Paid, DDP), que impone la mayoría de las obligaciones al vendedor. Se encarga de todos los costes y riesgos del transporte, seguro y despacho de aduana. Este es el único incoterm que define al vendedor como el importador registrado en destino.

Entregado en lugar (Delivered At Place, DAP), mediante el cual el vendedor cubre los costes del transporte principal, pero no es responsable del despacho de aduana.

¿Qué incoterms debo usar?

A continuación, se citan algunos de los incoterms más habituales y las circunstancias en que se pueden elegir:

Franco a bordo (Free On Board, FOB)

Este habitual incoterm es solo para el transporte marítimo y significa que la responsabilidad por el coste se transfiere al comprador una vez las mercancías se han cargado «a bordo» del buque de transporte.

FOB le da al comprador un elevado grado de control sobre el proceso de envío del flete. Dado que el comprador elige su propio transitario, se beneficia de una mayor flexibilidad con respecto a los costes, los términos y la planificación del envío.

En fábrica (ExWorks)

El incoterm ExWorks significa que la responsabilidad se transfiere al comprador en el almacén del proveedor y no a bordo del buque.

Esto significa que el comprador paga y es responsable del transporte de las mercancías en cada paso del recorrido, de puerta a puerta. Todo lo que el proveedor debe hacer es preparar los productos para su recogida.

Este incoterm le da al comprador control total sobre los costes de flete, pero también significa que es responsable de todo lo que suceda en el país de origen, que habitualmente no es su país de residencia. Los expedidores más experimentados pueden beneficiarse del uso de este incoterm.

FCA (Free Carrier)

Cuando se utiliza FCA, el comprador asume la responsabilidad y los costes una vez que las mercancías se han cargado en un medio de transporte o se entregan en un lugar específico acordado por el comprador y el vendedor; por lo general, se trata de un puerto.

Este incoterm se utiliza para todos los modos de envío.

Con FCA, el proveedor es responsable del embalaje y transporte en origen. Esto significa que el proveedor tiene más responsabilidad que con ExWorks, pero el comprador sigue asumiendo costes y responsabilidades antes que cuando usa FOB.

Principales diferencias específicas de un país

La información anterior cubre la mayoría de los países en la mayoría de las circunstancias. Sin embargo, existen algunos factores para tener en cuenta a la hora de elegir un incoterm con su proveedor:

- Los procedimientos aduaneros son mucho más relajados en las fronteras permeables, como dentro de la UE.
- Los países exigen diferentes procedimientos y trámites para los envíos: los EE. UU. requieren una fianza aduanera, importar en el Reino Unido requiere una cuenta de aplazamiento, y exportar desde la India incluye una retención de impuestos.

Los Incoterms (términos internacionales de comercio) son un conjunto de reglas establecidas por la Cámara de Comercio Internacional (ICC) que definen las responsabilidades de los vendedores y compradores en transacciones comerciales internacionales, específicamente en cuanto al transporte, riesgo, y gestión de costos de las mercancías. Estos términos ayudan a evitar malentendidos y disputas, ya que detallan claramente el punto en el que se transfiere el riesgo de pérdida o daño de las mercancías del vendedor al comprador.

Tipos comunes de Incoterms para diferentes modos de transporte:

1. **EXW (Ex Works/En fábrica):** El comprador asume todos los costos y riesgos desde la salida de las mercancías en las instalaciones del vendedor. Esto le da control total al comprador, pero implica que también se encargue de la gestión aduanera y del transporte.
2. **FCA (Free Carrier/Franco transportista):** El vendedor entrega las mercancías a un transportista designado por el comprador en un lugar acordado. La responsabilidad del riesgo se transfiere al comprador una vez que las mercancías se entregan al transportista.
3. **CPT (Carriage Paid To/Transporte pagado hasta destino):** El vendedor paga el transporte hasta el destino acordado, pero el riesgo se transfiere al comprador una vez que las mercancías se entregan al transportista en origen.
4. **CIP (Carriage and Insurance Paid To/Transporte y seguro pagados hasta destino):** Similar a CPT, pero el vendedor también debe contratar un seguro mínimo para proteger las mercancías durante el transporte.
5. **DAP (Delivered at Place/Entregado en lugar):** El vendedor es responsable de los costos de transporte y el riesgo hasta el destino acordado, sin cubrir los aranceles de importación.
6. **DDP (Delivered Duty Paid/Entrega con derechos pagados):** El vendedor se encarga de todos los aspectos del transporte, incluidos los impuestos y aranceles de importación. El comprador solo se encarga de la descarga de las mercancías.

Para un comercio eficiente, es importante elegir el Incoterm adecuado basado en factores como el nivel de control deseado, el modo de transporte, y la complejidad de las regulaciones aduaneras en los países involucrados

Para explorar más detalles o acceder a guías actualizadas de Incoterms 2024, podemos acceder a las páginas de la Cámara de Comercio Internacional o portales especializados en comercio global.

Modo de Transporte	Incoterms Relacionados	Características Clave	Ejemplo de Uso
Marítimo	FAS, FOB, CFR, CIF	Exclusivo para transporte marítimo o fluvial. Incluye términos donde el vendedor entrega la mercancía en el puerto de embarque.	Exportación de granos o maquinaria pesada.
Terrestre	EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP	Adecuado para transporte por carretera o ferrocarril. Los costos y riesgos se reparten según el término utilizado.	Envíos nacionales o internacionales cercanos
Aereo	FCA, CPT, CIP	Usado cuando se requiere rapidez en la entrega. Los Incoterms FCA y CIP suelen ser aplicables ya que contemplan la entrega en terminales aéreas.	Electrónica o bienes perecederos.
Multimodal	FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP	Incoterms que permiten combinar varios modos de transporte (marítimo, aéreo, terrestre).	Productos manufacturados internacionales.

Incoterms	Modo de Transporte	Entrega del Vendedor	Responsabilidad de Costos	Transferido a Comprador
------------------	---------------------------	-----------------------------	----------------------------------	--------------------------------

EXW	Terrestre	Instalaciones del vendedor	Desde la recogida por el comprador	Desde la recogida por el comprador
FCA	Terrestre/Aéreo/Multimodal	Lugar acordado o terminal designada	Hasta la entrega en el lugar designado	En el lugar designado
FOB	Marítimo	Puerto de embarque	Hasta la carga en el buque	En el puerto de embarque
CIF	Marítimo	Puerto de destino	Hasta el puerto de destino (incluye seguro)	Durante el trayecto marítimo (con seguro)

Principales cambios en Incoterms 2020 y su relevancia en 2024

Los Incoterms 2020 no presentaron cambios drásticos, pero sí incluyeron una mejor claridad en las responsabilidades de los seguros bajo términos como CIP y DAP, y modificaron algunos términos para que fueran más comprensibles y fáciles de aplicar en el comercio actual. Aunque todavía en uso, Incoterms 2024 pueden seguir siendo fundamentales para las actualizaciones tecnológicas y nuevas necesidades del comercio electrónico global

Estos términos no solo simplifican las transacciones internacionales, sino que también previenen problemas legales derivados de malentendidos sobre las responsabilidades

comerciales. Cuando se manejan envíos internacionales, seleccionar el Incoterm adecuado puede afectar significativamente la gestión logística y los costos operativos.

Aquí tienes más detalles sobre los Incoterms:

1. **DPU (Delivered at Place Unloaded/Entregado en lugar descargado):**
Introducido en 2020, este término especifica que el vendedor es responsable del transporte y la descarga de las mercancías en el lugar de destino. Es una opción útil cuando el comprador necesita asegurarse de que el vendedor se encargue de todos los aspectos de la logística, incluyendo la descarga. Este término requiere que el vendedor organice el despacho de aduana de exportación, mientras que el comprador gestiona el despacho de importación y los costos asociados

2. **Diferencias clave entre Incoterms para distintos modos de transporte:**
 - a. **Transporte marítimo:** Términos como FAS, FOB, CFR y CIF son específicos para envíos por mar. Estos Incoterms son cruciales en el comercio marítimo porque definen quién es responsable de los costos y riesgos en diferentes puntos del viaje, desde el puerto de carga hasta el puerto de destino.
 - b. **Todos los modos de transporte (multimodal):** Términos como EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU y DDP pueden aplicarse a cualquier modo de transporte. Esto ofrece más flexibilidad, ya que pueden ser utilizados en operaciones donde se combinen transporte terrestre y aéreo.

3. **Elección de un Incoterm adecuado:**
 - a. **EXW (En fábrica)** es adecuado para compradores con experiencia en la logística internacional, ya que requiere asumir todos los riesgos y costos desde el punto de origen.

- b. **DDP (Entrega con derechos pagados)** es ideal para compradores que prefieren que el vendedor se encargue de todos los costos y riesgos hasta el lugar de destino, incluido el despacho de aduana.
- c. **CPT y CIP** son útiles cuando el vendedor puede obtener mejores tarifas de transporte, ya que se encarga del envío hasta un destino designado. La diferencia clave es que CIP incluye seguro.

Factores para considerar al usar Incoterms:

- **Normas y regulaciones locales:** Las diferencias en los procedimientos aduaneros entre países pueden afectar la elección del Incoterm. Por ejemplo, algunos países requieren documentos específicos para el despacho de aduana, lo que podría hacer que ciertos términos sean más complicados o costosos.
- **Responsabilidad de seguros:** Algunos términos como CIF y CIP requieren que el vendedor contrate un seguro mínimo, lo cual puede no ser suficiente dependiendo del valor de las mercancías y los riesgos involucrados

Estas reglas son esenciales para optimizar las transacciones comerciales internacionales, y un conocimiento sólido de los Incoterms puede ayudar a gestionar mejor los costos, los riesgos y las obligaciones legales. Si necesitas profundizar más o ver ejemplos específicos, hay guías disponibles en portales especializados como la Cámara de Comercio Internacional y plataformas de logística.

Nuevas perspectivas sobre Incoterms 2020 (relevantes en 2024):

1. Flexibilidad en contratos internacionales:

- **Negociación personalizada:** Los Incoterms permiten adaptar las responsabilidades según las capacidades logísticas y aduaneras de las partes. Por ejemplo, en mercados emergentes con infraestructuras menos desarrolladas, términos como DPU pueden ser más útiles.
- **Logística multimodal:** Se han diseñado para ser compatibles con métodos de transporte multimodal, como la combinación de transporte terrestre y marítimo, común en cadenas de suministro globales.

2. Tecnología en la logística de los Incoterms:

- Herramientas como blockchain y sistemas de seguimiento global han facilitado la implementación de los Incoterms, especialmente en la transferencia de riesgo y control en tiempo real.
- Documentación electrónica: Ahora es posible aplicar Incoterms con el uso de **e-Bills of Lading** y otros documentos digitales reconocidos internacionalmente.

3. Seguros obligatorios y opcionales:

- En **CIP (Carriage and Insurance Paid To)**: Se requiere que el vendedor obtenga un seguro con cobertura ampliada (Cláusula A del Institute Cargo Clauses), lo que puede ser más adecuado para bienes de alto valor.
- En **CIF (Cost, Insurance and Freight)**: El seguro mínimo (Cláusula C) puede ser insuficiente para cargas delicadas o costosas, por lo que es responsabilidad del comprador evaluar si necesita contratar un seguro adicional.

Errores comunes al aplicar Incoterms:

1. Confundir el punto de transferencia de costos y riesgos:

- Aunque algunos términos como FOB o CFR indican un cambio en los costos al comprador, el riesgo puede haberse transferido antes, al cargar las mercancías a bordo del buque.

2. Uso inapropiado de términos marítimos:

- FOB, CFR y CIF se utilizan solo para transporte marítimo. Usarlos en operaciones terrestres o aéreas es un error común que puede generar disputas legales.

3. Desconocer regulaciones locales:

- Algunos países tienen requisitos específicos que podrían complicar la importación con ciertos Incoterms, como DDP, donde el vendedor asume la responsabilidad del despacho de aduana y pago de impuestos en el país del comprador.

Relación con tendencias actuales del comercio internacional:

1. Sostenibilidad:

- Los Incoterms no abordan explícitamente temas ambientales, pero el transporte bajo términos como FOB o EXW puede generar mayores emisiones al depender del comprador para organizar el transporte en segmentos más pequeños.

2. E-commerce:

- Con el auge del comercio electrónico, los Incoterms como DAP y DPU son cada vez más comunes, ya que facilitan la entrega directa al consumidor final.

Consejos para seleccionar el Incoterm adecuado:

1. Evalúa la experiencia logística:

- Si el comprador es nuevo en comercio internacional, optar por DDP puede minimizar riesgos operativos.
- Empresas con experiencia suelen preferir términos como FCA o FOB para tener mayor control logístico y reducir costos.

2. Considera el tipo de mercancía:

- Productos perecederos pueden requerir CIP debido a la necesidad de seguros ampliados.
- Bienes voluminosos o de bajo valor son más manejables con EXW o FOB para minimizar costos iniciales.

3. Duración del transporte:

- Para envíos de larga distancia, términos como CIF y CIP aseguran que las mercancías estén protegidas durante trayectos prolongados.

Fuentes para consultar más detalles:

- **Cámara de Comercio Internacional (ICC):**
- La autoridad principal que publica los Incoterms. www.iccwbo.org
- **Herramientas interactivas:**
 - Sitios como freightos.com ofrecen guías prácticas y calculadoras para aplicar Incoterms en proyectos específicos.
- **Guías sobre logística internacional:**
 - Plataformas como Export.gov y Logistics Bureau cuentan con recursos educativos para entender la implementación de Incoterms en distintos contextos.

CAPÍTULO 5. REQUISITOS Y DOCUMENTOS NECESARIOS

De acuerdo con Esneca (2023), este tipo de requisitos son el conjunto de trámites y papeles necesarios para cumplir con las regulaciones y leyes para poder exportar bienes de un país a otro. Entender y gestionar correctamente esta documentación es crucial para evitar retrasos, costos adicionales y posibles sanciones.

Para poder realizar la exportación de algún tipo de producto es necesario que la empresa cuente con una cantidad específica de documentos que avalen que cuentan con los requerimientos necesarios para poder comercializar dentro del mismo.

Para el registro y formalización de la empresa en:

Norteamérica

Estados Unidos

De manera inicial para poder establecer una empresa o negocio dentro de territorio estadounidense es necesario contar con una visa que permita poder invertir y operar legalmente en cualquier zona del territorio. Para esto, para Freeway Insurance (2023) existen diferentes tipos de visas que permiten poder realizar estas operaciones en el país extranjero las cuales son las siguientes:

- a. Visa E-2: Esta es necesaria para poder demostrar que se puede emprender un negocio dentro del país o si se desea comprar una empresa ya establecida, como una franquicia.
- b. Visa E-1: Gracias al acuerdo internacional de comercio T-MEC, mediante esta visa se puede trasladar una empresa ya existente al territorio.
- c. Visa L-1: Este tipo de visa se utiliza cuando se quiere expandir la empresa dentro del territorio, sin embargo, para obtenerla es necesario cumplir con algunos

requisitos (cuentas bancarias, ingresos, entre otros) para poder obtenerla después de 1 año.

- d. Programa de Inversionistas Inmigrantes: Solo se puede acceder a los beneficios del programa EB-5 si la empresa en cuestión busca invertir más de \$1,800,000 USD y generar más de 10 empleos.

Para poder registrar una empresa dentro de territorio estadounidense, se debe tener claro el tipo de estructura empresarial y las implicaciones legales y fiscales que tienen cada una de ellas, para así poder determinar a cuál es la que pertenece la empresa que se desee registrar. Por ello en la siguiente tabla se presentan los diferentes tipos de estructuras empresariales que de acuerdo con Freeway Insurance (2023) existen.

Estructuras Empresariales en Norteamérica de acuerdo con Freeway Insurance (2023)

Tipo de Estructura	Significado	Equivalente	Concepto
LLC Limited Liability Company	Sociedad de responsabilidad limitada.	Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.).	“En una LLC, es posible transferir las ganancias de la empresa a los ingresos personales de los miembros haciendo que las tasas de impuestos sean menores que en las corporaciones” (párr.14). Con este tipo de estructura se puede proteger de manera

			parcial a la persona física de posibles problemas financieros o demandas.
Corporación C	Sociedad anónima que distribuye beneficios a los accionistas con responsabilidad limitada.	Sociedad Anónima (S.A.).	La ventaja de este tipo de estructura es que se pueden recibir inversiones y vender acciones de la empresa. “Una Corporación C paga impuestos directamente sobre sus ganancias, es decir que declaran impuestos separadamente de sus propietarios” (párr. 17).
Empresa Individual	-	- Persona Física con Actividad Empresarial y Profesional - Sociedad Por Acciones Simplificada (S.A.S.).	“Se refiere a una empresa unipersonal que está limitada a una sola persona que es responsable de todo el negocio. Para registrar esta empresa, solo se necesita registrar su nombre en el municipio y adquirir

			una licencia” (párr. 18).
Sociedad Colectiva	-	Sociedad en Nombre Colectivo (S. en N.C.).	“Esta figura jurídica incluye empresas o sociedades comerciales formadas por varias personas o fundadores que aportan capital, tiempo o conocimientos y participan en los beneficios y las pérdidas” (párr. 19).
Sociedad Comandita	-	- Sociedad Comandita Simple (S. en C.S.) - Sociedad Comandita Por Acciones (S. en C. por A.).	Se presenta una responsabilidad limitada y socios pasivos.
Sociedad de Responsabilidad Limitada	-	Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.).	Sociedad mercantil en la que los socios solo son responsables de pagar sus aportaciones, sin que su patrimonio personal se vea

afectado por las
deudas de la empresa

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del autor.

Ya una vez determinada la estructura de la empresa, es obligatorio contar con una serie de documentos que validen que esta misma puede operar de manera legal dentro del territorio. En la mayoría de las situaciones, el registro de una organización puede rondar alrededor de los \$300 USD, pero las cuotas pueden variar dependiendo del estado y el tipo de estructura de la empresa. Los datos esenciales para poder registrar una empresa son los siguientes:

- a. Nombre de la empresa.
- b. Ubicación de la empresa.
- c. Propiedad, estructura administrativa o directores.
- d. Información del agente registrado.
- e. Número y valor de las acciones (si es una corporación).

De acuerdo con Small Business Administration (2024) los diferentes documentos que son necesarios para poder realizar el registro de una empresa dependiendo de su tipo de estructura son los presentados en la siguiente tabla:

Documentos de acuerdo con la estructura de negocio por S.B.A. (2024).

Estructura de Negocio	Documento	Descripción
LLC	Acta Constitutiva	Documento simple con los fundamentos de la LLC.

		Contiene información de la empresa como nombre, dirección, miembros y agente registrado.
LLC	Acuerdo Operativo de la LLC	Detalles de la estructura de las decisiones financieras y funcionales de la empresa. Define cómo se toman decisiones comerciales clave, así como los deberes, las facultades y responsabilidades de cada miembro. Su elaboración es muy recomendable para protección suya y del negocio, aunque el estado no lo exija.
Sociedad Comandita	Certificado de Sociedad Comandita	Documento simple en que se asientan los fundamentos de la sociedad. Le notifica al estado la existencia de la sociedad y contiene información comercial básica como nombre, dirección y nombre de los miembros de la empresa. No todos los estados lo requieren; en algunos tiene nombre diferente.
Sociedad Comandita	Acuerdo de Sociedad Comandita	Es un documento interno obligatorio entre todos los socios, que define cómo se toman las decisiones de la empresa, los deberes, las

		facultades y responsabilidades de cada socio. Su elaboración es muy recomendable para protección suya y del negocio, aunque el estado no lo exija.
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Certificado de Sociedad de Responsabilidad Limitada	Documento simple con los fundamentos de la sociedad de responsabilidad limitada. Le notifica al estado la existencia de la sociedad y contiene información comercial básica como nombre de la empresa, dirección y nombre de los miembros de la empresa. No todos los estados lo requieren; en algunos tiene nombre diferente.
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Acuerdo de Sociedad de Responsabilidad Limitada	Es un documento interno obligatorio entre todos los socios, que define cómo se toman las decisiones de la empresa, los deberes, las facultades y responsabilidades de cada socio. Su elaboración es muy recomendable para protección suya y del negocio, aunque el estado no lo exija.
Corporación (cualquier tipo)	Acta Constitutiva	También llamada certificado de constitución; es un documento legal exhaustivo que establece las directrices básicas de la

		<p>empresa. Se requiere en todos los estados donde opere la empresa. Sus datos más comunes son el nombre de la empresa, el objetivo, el número de acciones ofrecidas, el valor de las acciones, los directores y funcionarios.</p>
<p>Corporación (cualquier tipo)</p>	<p>Estatutos o Resoluciones</p>	<p>Los estatutos (llamados resoluciones en caso de corporaciones sin fines de lucro) son los documentos internos que rigen la corporación. Definen cómo se toman las decisiones clave, así como los deberes, las facultades y responsabilidades de los funcionarios y accionistas. Su elaboración es muy recomendable para protección suya y del negocio, aunque el estado no lo exija.</p>

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del autor.

Una vez realizada la constitución de la empresa de manera oficial, de igual forma existen documentos que en el territorio norteamericano son necesarios para poder realizar operaciones empresariales dentro del país, los cuales son los siguientes:

a.

Certificados de patentes (Patent Certificates): Certificados emitidos por la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (USPTO) que otorgan derechos

exclusivos sobre una invención. Permiten a la empresa explotar su invención y protegerla legalmente.



- b. *Licencias*: Autorizaciones que permiten a la empresa operar dentro de ciertos sectores o jurisdicciones. Por ejemplo, licencias de negocio a nivel local, estatal o federal, o licencias específicas para industrias reguladas
- c. *Número de identificación fiscal (Tax Identification Number, TIN)*: Es un número de nueve dígitos emitido por el IRS (Servicio de Impuestos Internos) para identificar a la empresa a efectos fiscales. Es necesario para abrir cuentas bancarias comerciales, declarar impuestos y contratar empleados.

Para poder explicar de manera más concisa la cantidad de documentos que se necesitan para registrar una empresa y poder laborar en territorio norteamericano, se presenta el siguiente ordenador gráfico en donde se detallan los mismos.



Canadá

Canadá ofrece una política de exportación bastante flexible, además de contar con buenas oportunidades de mercado que evidencian la buena relación comercial que estos dos países han construido durante más de 20 años.

Por lo tanto, se vuelve imprescindible conocer los requisitos para exportar a Canadá desde México, pues se trata de una oportunidad invaluable para potenciar tu experiencia en el comercio exterior. Por ello los requisitos para la exportación son los siguientes:

1. Contar con el RFC activo y vigente

El Registro Federal de Contribuyentes será indispensable para exportar a Canadá desde México, es por ello por lo que tiene que estar vigente y sin ningún tipo de adeudo.

2. Conocer los Impuestos Arancelarios

Se debe conocer la fracción arancelaria que corresponde al costo que debe pagar una empresa para poder exportar sus mercancías al extranjero, convirtiéndose este punto en un requisito fundamental para exportar a Canadá.

Para complementar el proceso, se hace mención que una fracción arancelaria está compuesta por un número de 8 dígitos, los cuales tienen la finalidad de clasificar los productos.

Para conocer más a fondo las fracciones arancelarias puedes recurrir a este sitio: <https://ventanillaunica.gob.mx/vucem/Clasificador.html?ref=mundi.io>

3. Determinar el Valor de los Bienes a Importar

Una vez definida las fracciones arancelarias, es fundamental determinar el valor arancelario de las mercancías. En términos generales, el valor del arancel es el monto pagado al proveedor por los bienes y, para la generación de este documento, es importante incluir una descripción detallada de cada producto que vayas a exportar a Canadá desde México. Para conocer como establecer dicho valor consulta: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d1/d1-4-1-eng.html?ref=mundi.io>

4. Obtén el Número Comercial

Se debe de obtener un Número Comercial, conocido por sus siglas BN. Este número es emitido por la Agencia de Ingresos a Canadá (CRA) y se puede solicitar gratuitamente a través de dos medios:

-Llamando a la ventana comercial de la CRA al 1-800-959-5525

-Visitando la [CRA 's Registro de negocio en línea \(BRO\)](#)

Además de los requisitos mencionados anteriormente, también existen una cantidad de documentos los cuales son necesarios para poder llevar a cabo la exportación al país de Canadá; los cuáles son los siguientes:

Documento	Concepto
Factura Comercial de Exportación	<p>Es un documento cuya función es la de comprobar la veracidad de una transacción entre dos figuras involucradas en un proceso de exportación.</p> <p>En ella se deberá de detallar las especificaciones más importantes sobre la transacción.</p> 

Lista de Empaque

Cumple la función de dar a conocer algunos datos como:

- Nombre puntual de la mercancía
- Tipo de mercancía
- Tipos de empaques o embalajes
- Peso de la mercancía
- Cantidad de la mercancía

Consulta una plantilla de la guía en: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/storage/2023/11/incea-lista-de-empaque.pdf>

Conocimiento de Embarque

También conocido como Bill of Lading, consiste en un documento presente al momento de cerrar un contrato de transporte. La función de un bill of lading consiste en establecer las condiciones entre el cargador, el destinatario y el transportista.

Fecha		Conocimiento de embarque – Formulario corto –		Página 1 de				
No negociable								
Envío desde			Número de conocimiento de embarque:					
Nombre: Dirección: Ciudad/Estado/Código postal: N° de identificación del cliente:			Espacio de código de barras					
Envío para			Nombre de la compañía:					
Nombre: Dirección: Ciudad/Estado/Código postal: N° de identificación del cliente:			Remolque n.°: Número(s) de serie:					
Cargos de fletes de terceros facturados a:			SPAC:					
Nombre: Dirección: Ciudad/Estado/Código postal:			Número del producto: Espacio de código de barras					
Instrucciones especiales:			Cláusulas de cargo de flete: Prepago: Cobrar Terceros: <input type="checkbox"/> Conocimiento de embarque original con los correspondientes conocimientos de embarque adjuntos.					
Información de la orden del cliente								
Pedido del cliente N°		N° del paquete	Peso	País/compr. obante (circular uno)	Información adicional de envío			
				S N				
				S N				
				S N				
Total definitivo								
Información de la compañía								
Unidad de manejo		Paquete				LTL únicamente		
Cant.	Tipo	Cant.	T I P O	Peso	HM(X)	Descripción de la materia prima	NMFC N.º	Clase
						Los mismos pesos que requieren cualquier otro medio especial o adicional en la manipulación o estibamiento deben estar marcados y empacados de forma tal que asegure el transporte seguro con volúmenes normales.		
<small>Donde el índice depende del valor, se solicita que los despachantes establezcan específicamente por escrito el valor acordado y declarado de la propiedad de la siguiente manera: El despachante establece específicamente que el valor acordado y declarado de la propiedad para que no exceda \$_____.</small>						COD Cantidad: \$ _____ Forma de pago a elección: Cobro __, Prepago __, Se acepta cheque del cliente.		
<small>Nota: Puede aplicarse la limitación de la responsabilidad por pérdida o daño en este envío.</small>						El despachante no entregará este envío sin el previo pago del mismo.		
<small>Reservado, sujeto a tarifas determinadas individualmente o contratos que se han acordado por escrito entre la compañía y el despachante, a su solicitud y según los términos, condiciones y reglas que han sido establecidos por la compañía y que están disponibles para el despachante, a su solicitud y a todas las normas aplicables estatales e federales.</small>						Firma del despachante		

<p>Carta Porte</p>	<p>Hace referencia a un documento jurídico que tiene la finalidad de verificar el traslado de los productos en un proceso de exportación, además de detallar las condiciones del contrato de transporte.</p> <p>Conoce más del documento en: https://www.aspel.com.mx/blog/obligacion-fiscal/aprende-que-es-la-carta-porte</p>
<p>Certificado de Origen</p>	<p>Se trata de un documento que certifica el lugar en el que han sido fabricadas las mercancías a exportar.</p> <p>Su finalidad es informar a las partes involucradas acerca del origen de donde fueron elaborados los productos.</p> <p>Conoce más sobre este documento en: https://www.lopezadri.com/tag/certificacion-de-origen</p>
<p>Documentos que avalen el cumplimiento de regulaciones</p>	<p>Cada operación de exportación en México trae consigo la obligación de presentar ante las aduanas todo tipo de requerimientos que determinan la libre circulación de productos.</p> <p>Aquí se deben de contemplar los certificados sanitarios, permisos de exportación y, del mismo modo, certificados de exportación.</p> <p>Puedes conocer más de estos en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5389280&fecha=17/04/2015#gsc.tab=0</p>

Unión Europea

La exportación de productos a Europa representa una excelente oportunidad para las empresas mexicanas de expandirse a un mercado amplio y competitivo. Sin embargo, para que una exportación sea exitosa, es fundamental cumplir con los requisitos y la

documentación específica que exige la Unión Europea, asegurando así que los productos ingresen de manera legal y cumplan con los estándares de calidad y seguridad requeridos.

Para exportar a Europa, es necesario reunir una serie de documentos que aseguren el cumplimiento de normativas tanto en México como en la Unión Europea. A continuación, se detallan los documentos principales que suelen ser requeridos:

Registro y Documentación Fiscal en México

- Registro Federal de Contribuyentes (RFC): Es indispensable que la empresa esté inscrita en el RFC en México y cuente con una firma electrónica proporcionada por el SAT.

Para el registro: <https://www.sat.gob.mx/tramites/33804/inscribe-tu-empresa-en-el-rfc>

- Padrón de Exportadores: Para ciertos productos, especialmente los que requieren permisos especiales (por ejemplo, productos agrícolas o bebidas alcohólicas), es necesario registrarse en el Padrón de Exportadores del SA.

Para el registro: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/inscripcion-en-el-padron-de-exportadores-sectorial/SAT3350#:~:text=Ac%C3%A9rcate%20al%20Servicio%20de%20Administraci%C3%B3n,a%20los%20requisitos%20de%20ley.>

Formato:

http://omawww.sat.gob.mx/PadronImportadoresExportadores/Paginas/documentos/FORMATO_A6.pdf

- Registro de marca, productos, nombres y patentes ante el IMPI: Este protege la propiedad intelectual en México y el extranjero ante posibles plagios o malos usos de la marca y las invenciones.

Conoce más sobre el registro de marcas y patentes:
<https://e.economia.gob.mx/guias/registrarmarcasypatentesenelimpi/>

- Distintivo Hecho en México: Es el sello que identifica los bienes producidos en México con el fin de que sean reconocidos como tales por los consumidores del país y el mundo.

Requisitos y trámite en línea: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/otorgamiento-de-autorizacion-para-el-uso-del-logotipo-hecho-en-mexico-para-personas-fisicas/SE1404#:~:text=Ingresa%20al%20portal%20https://,h%20de%20lunes%20a%20viernes>

- Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCEM): Se recomienda registrar la empresa en VUCEM, que facilita y centraliza los trámites de exportación digitalmente.

Para el registro: <https://www.ventanillaunica.gob.mx/vucem/index.html>

Certificados de Origen y Conformidad

- **Certificado de Origen:** Este documento demuestra que el producto es de origen mexicano, lo cual puede permitir beneficios arancelarios bajo acuerdos comerciales entre México y la Unión Europea.

Para el registro: <https://e.economia.gob.mx/guias/obtener-el-certificado-de-origen-de-las-mercancias/>

- **Marcado CE:** Algunos productos, como dispositivos electrónicos, juguetes, maquinaria, y productos de construcción, requieren el marcado CE, que certifica el cumplimiento con los estándares de seguridad, salud y medio ambiente de la UE. El fabricante es el responsable de los procedimientos de certificación y, en su caso, de la certificación de la conformidad del producto siempre y cuando el producto haya sido fabricado para ser comercializado en la Unión Europea.

Más información sobre el Mercado CE:

<https://omologic.es/blog-que-es-el-marcado-ce/#:~:text=El%20fabricante%20es%20el%20responsable,comercializado%20en%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea.>

- **Certificados Sanitarios o Fitosanitarios:** Los productos de origen animal y vegetal, alimentos y cosméticos, entre otros, deben cumplir con regulaciones sanitarias específicas y contar con certificaciones que garanticen su seguridad para el consumo humano en la UE.

Para el registro: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/certificado-fitosanitario-internacional/SENASICA649#:~:text=Opciones%20para%20realizar%20tu%20tr%C3%A1mite&text=firma%2C%20por%20lo%20que%20deber%C3%A1,oficinas%20de%20los%20Oficiales%20Fitosanitarios.&text=Horario:%20Lunes%20a%20viernes%20de,00%20a%2018:00%20horas.>

Documentación Aduanera y de Transporte

- **Pedimento de Exportación:** Este documento detalla el contenido y valor de la mercancía exportada y es clave para los trámites aduanales en México.

Para el registro: <https://e.economia.gob.mx/guias/llevar-el-pedimento-de-exportacion-y-pagar-impuestos/>

Ejemplo de formato de pedimento:

PEDIMENTO										Página 1 de N	
NUM. PEDIMENTO:		T. OPER. CVE. PEDIMENTO:			REGIMEN:			CERTIFICACIONES			
DESTINO:		TIPO CAMBIO:		PESO BRUTO:		ADUANA E/S:					
MEDIOS DE TRANSPORTE		ARRIBO:		SALIDA:		VALOR DOLARES:		VALOR ADUANA:			
ENTRADA/SALIDA:		ARRIBO:		SALIDA:		PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL:					
DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR											
RFC:		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:									
CURP:											
DOMICILIO:											
VAL. SEGUROS		SEGUROS		FLETES		EMBALAJES		OTROS INCREMENTABLES			
CODIGO DE ACEPTACION:		CODIGO DE BARRAS			CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO:						
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:											
FECHAS		TASAS A NIVEL PEDIMENTO									
		CONTRIB.		CVE. T. TASA		TASA					
CUADRO DE LIQUIDACION											
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES					
						EFECTIVO					
						OTROS					
						TOTAL					

- **Lista de Empaque:** La lista de empaque describe cada paquete, su contenido, cantidad y peso. **NOTA:** De acuerdo con la última actualización de las Reglas Generales de Comercio Exterior 2020 (**Regla 3.1.31.**), la lista de empaque se deberá digitalizar y transmitir electrónicamente a través de la Ventanilla Digital (VUCEM) del Servicio de Administración Tributaria

Para el registro: <https://www.ventanillaunica.gob.mx/vucem/index.html>

La lista de empaque contendrá de forma clara:

- Lugar y fecha del embarque.
- Datos del expedidor (empresa exportadora).

- Datos del receptor (empresa importadora).
- Referencia al número de factura comercial a la que corresponde el pedido.
- Cantidad y numeración de cada tipo de embalaje.
- Descripción precisa de cada mercancía.
- Cantidades específicas y descripción del contenido de cada embalaje. Especificar el # total de artículos de acuerdo con los embalajes (tarimas, bultos) y empaques (cajas, rollos, bolsas) de que esté compuesto el embarque. Ejemplo: 3000 tuercas en 300 cajas en 30 tarimas.
- Peso bruto y neto de cada producto (en kg o lb).
- Peso bruto y neto del embarque (en kg o lb).
- Dimensiones exteriores de embalaje (en pulgadas o cm).

Ejemplo:



CLIP PAPELERA
MEXICANA S.A. DE C.V.

TRANSPORTES INTERNACIONALES LTD.

20 de febrero de 2020
LISTA DE EMPAQUE

IMPORTADOR:
DUNDLER MIFFIN INC.
1725 Skough Avenue
Scranton, PA 18447 USA.

FACTURA: DMP 41574

NO. TARIMA	DESCRIPCIÓN	CAJAS	ROLLO /CAJA	TOTAL ROLLOS	PESO NETO (kg)	PESO BRUTO (kg)	MEDIDAS (mts)
1	072648001A ETIQU. PP 4.8 CM X 3.5 CM ETIQUETA DE PAPEL BLANCA	70	10	700	556	571	1.20 x 1.02 x 1.20
2	072648001A ETIQU. PP 9.6 CM X 7.0 CM ETIQUETA DE PAPEL BLANCA	50	10	500	400	415	1.20 x 1.02 x 0.86
TOTAL		120			956	986	

TOTAL CAJAS	120
TOTAL TARIMAS	2
PESO NETO	956
PESO BRUTO	986

PAÍS DE ORIGEN: MEXICO



- Recomendaciones Adicionales:

Para que el *packing list* tenga la efectividad esperada, se recomienda empacar junta toda la mercancía que sea del mismo tipo, así como adjuntar copia de la factura y una descripción detallada de cada uno de los productos incluidos. En este desglose también puede considerarse la numeración de cada tipo de empaque o embalaje utilizado, y en algunos casos, hasta los análisis químicos que correspondan. De igual manera, se debe poner especial atención en indicar la medida de los bultos para evitar discrepancias en la relación peso-volumen del embarque y el valor de la cotización.

- **Factura Comercial:** Es un documento legal emitido por el exportador al importador durante una transacción internacional. Funciona como prueba de venta entre ambas partes. La factura comercial detalla el precio, el valor y la cantidad de las mercancías vendidas. También incluye detalles de las condiciones de la compraventa acordadas entre el comprador y el vendedor como las condiciones de pago, el coste del seguro (si lo hay) y el coste del transporte marítimo.

Existen muchos modelos y formatos de factura comercial y, aunque no existe un formato fijo de factura comercial, la mayor parte de la información requerida es muy similar y común a todos los modelos. Escojas el modelo que escojas, asegúrate de que incluye los siguientes datos:

Información relacionada con la transacción:

- Número de factura
- Fecha de la factura
- Número de pedido
- Valor total de la venta
- Moneda

- Condiciones de pago

Información relativa al importador y el exportador:

- Información del exportador (nombre, dirección, teléfono, etc.)
- Número de identificación fiscal del exportador (ej. VAT, EORI, etc.)
- Información del importador (nombre, dirección, teléfono, etc.)
- Número de identificación fiscal del importador (ej. VAT, EORI, etc.)
- Información del notify (persona a la que se notifica de la llegada del envío)

Información relacionada con el envío de las mercancías:

- Número de bill of lading
 - Agente transitario
 - Código HS
 - Clara descripción de las mercancías (número de paquetes, unidades, peso, etc.)
 - Incoterm bajo el que han sido vendidas las mercancías
 - Origen de las mercancías
 - Seguro
 - Fecha de exportación, medio de transporte y destino final
 - Firma del *shipper* o expedidor
-
- **Conocimiento de Embarque o Carta Porte:** Documento que acredita el transporte de la mercancía y es necesario para aduanas en la UE. El documento se genera en línea desde el portal del SAT, en conjunto con el CFDI, por lo que primero, es necesario detectar quién debe expedir la Carta Porte, ya sea que se

genere por parte de los propietarios, los intermediarios para el almacenaje y distribución de la mercancía, o por medio de los agentes de transporte que participen en la operación.

Instrucciones de llenado del CFDI al que se le incorpora el Complemento Carta Porte: http://omawww.sat.gob.mx/tramitesyservicios/Paginas/documentos/Instructivo_de_llenado_del_CFDI_con_complemento_carta_porte.pdf

Portal SAT: <http://omawww.sat.gob.mx/cartaporte/Paginas/default.htm>

Complemento carta porte:

<https://www.sat.gob.mx/consultas/68823/complemento-carta-porte->

Ejemplo de complemento Porte:

- III) Un informe de seguridad química o ISQ para las sustancias que superen las 10 toneladas anuales. En él deben figurar sus usos y demostrar que los riesgos están bajo control.
- III) Se asigna un número por solicitud, cuyos resultados deben compartirse con otros solicitantes.

Registro REACH: https://echa-europa-eu.translate.google.com/web/guest/regulations/reach/registration?x_tr_sl=en&x_tr_tl=es&x_tr_hl=es&x_tr_pto=sge

- **Cumplimiento de Normativas Sectoriales:** Algunos productos están sujetos a regulaciones adicionales, como las normativas de energía para electrodomésticos o estándares ecológicos en productos de consumo.

Regulaciones, trámites e Inspecciones: <https://www.gob.mx/conamer/acciones-y-programas/regulaciones>

Registro en el Sistema EORI (Economic Operators Registration and Identification)

- Para realizar trámites aduanales en la UE, es recomendable que la empresa solicite un número de identificación EORI, que permite gestionar importaciones y exportaciones en los estados miembros de la UE. El **EORI** es un número de identificación válido en toda la UE que necesita para todas las declaraciones aduaneras de exportación.

El proceso se puede realizar desde la web de la AEAT y solo deberás seguir estos pasos:

1. Acceder al sitio web de la Agencia Tributaria.
<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/procedimientoini/DC13.shtml>
2. Seleccionar en la columna izquierda el apartado “Registros y censos: solicitud de alta del número de registro e identificación de operadores económicos (EORI)”.
3. Desde aquí, deberás elegir la opción “Alta de EORI español”.
4. Sucesivamente, necesitarás tu certificado digital, DNI-e o CI@ve para completar el proceso.

Consulta y validación del número EORI

La validación del número EORI garantiza que el código asignado sea único y esté vinculado de manera correcta al operador económico solicitante. Una vez obtenido, puedes consultarlo fácilmente desde la web de la Comisión Europea:

1. Entra al sitio web de Fiscalidad y Unión Aduanera de la Comisión Europea.

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/eos/eori_validation.jsp?Lang=es
2. En la parte de abajo verás un apartado llamado “Validación del número EORI”.
3. Introduce tu código EORI en la caja de texto que te aparecerá y pulsa el botón de “Validar”.

VISAS DE NEGOCIOS

Para exportar productos a Europa, en general no necesitas una visa de negocios específicamente para realizar la exportación desde tu país de origen. Sin embargo, si tú

o tus empleados deben viajar a Europa para establecer relaciones comerciales, negociar acuerdos, supervisar procesos o participar en ferias comerciales, entonces podrían necesitar uno de los siguientes tipos de visas:

1. Visa de Negocios de Corta Duración (Tipo C)

Para visitas comerciales breves, los ciudadanos de muchos países pueden solicitar una Visa Schengen de corta duración (Tipo C), que permite viajar a cualquiera de los 26 países del Espacio Schengen por hasta 90 días dentro de un período de 180 días. Esta visa cubre actividades como:

- Reuniones comerciales y negociaciones
- Participación en ferias comerciales y conferencias
- Supervisión de operaciones o seguimiento de clientes

Es importante recordar que esta visa no permite trabajar o establecer residencia en la UE, solo permite realizar actividades comerciales temporales.

2. Visas Nacionales de Negocios (Tipo D)

Si necesitas pasar más de 90 días en un país de la UE, podrías considerar una Visa Nacional de Negocios (Tipo D), específica para cada país. Esta visa es ideal si necesitas estar en el país durante un período prolongado para establecer la operación de exportación, supervisar la logística o coordinar con distribuidores locales.

Cada país europeo tiene requisitos específicos para este tipo de visa, por lo que deberás consultar la embajada o consulado del país en el que necesitas estar por tiempo extendido.

3. Visas para Ferias Comerciales y Exposiciones

En algunos casos, los organizadores de ferias comerciales pueden ofrecer recomendaciones para visas especiales para asistentes. Es recomendable informarse con antelación sobre los requisitos específicos en los países donde se realicen estas exposiciones, ya que algunos permiten una visa simplificada para asistentes y expositores.

Cada uno de estos tipos de visas tiene diferentes requisitos, que pueden incluir:

- Carta de invitación de una empresa o socio en Europa
- Pruebas de solvencia financiera
- Documentación que demuestre el propósito de la visita, como contratos comerciales, agendas de reuniones o inscripción en ferias comerciales.

Estos requisitos permiten que las empresas extranjeras operen legalmente dentro de la UE y cumplan con todas las normativas locales, fiscales, laborales y de seguridad que protegen tanto a los consumidores como a los empleados.

DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EXPORTAR A EUROPA (UE)

Este conjunto de documentos garantiza que el producto pueda cruzar fronteras de forma segura y eficiente, cumpliendo con los requisitos fiscales y legales tanto en el país exportador como en el importador. Además, los documentos necesarios aseguran la transparencia en las transacciones comerciales, protegen la integridad de la carga, y permiten el aprovechamiento de beneficios arancelarios y certificaciones de origen que puedan aplicar. En la siguiente tabla se detalla cada documento necesario:

Registro Federal de Contribuyentes (RFC):

El RFC es una identificación fiscal que deben tener las empresas. Este documento es esencial para cumplir con las obligaciones fiscales y aduaneras y permite la identificación del exportador ante las autoridades.

Registro:

<https://www.sat.gob.mx/tramites/33804/inscribe-tu-empresa-en-el-rfc>

Padrón de Exportadores Sectorial

Es un registro adicional para exportadores de ciertos sectores específicos, como bebidas alcohólicas, tabaco o ciertos productos agrícolas, entre otros. Este documento es obligatorio para exportar estos productos, y su objetivo es garantizar que el exportador cumpla con los requisitos y regulaciones específicas del sector. En México, el registro en el Padrón de Exportadores Sectorial se realiza ante el SAT.

Registro:

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/inscripcion-en-el-padron-de-exportadores-sectorial/SAT3350#:~:text=Ac%C3%A9rcate%20al%20Servicio%20de%20Administraci%C3%B3n,a%20los%20requisitos%20de%20ley.>

Factura Comercial

(Es un documento legal emitido por el exportador al importador)

Es uno de los documentos más importantes, ya que contiene la descripción detallada del producto, cantidad, precio unitario y total, moneda, Incoterms, términos de pago y entrega, y datos de exportador e importador. Este documento sirve como base para calcular aranceles y tarifas, y es fundamental para el despacho aduanero en el país de destino.

Encargo Conferido

Es un documento que el exportador otorga a un agente aduanal para que este lo represente en los trámites aduaneros. Este documento permite que el agente aduanal realice todos los procesos de exportación en nombre del exportador, garantizando el cumplimiento con las leyes y normativas de exportación.

Registro: https://www.sat.gob.mx/gobmx/Paginas/SAT_06_003.html

Carta de Instrucciones al Agente Aduanal

Detalla las indicaciones específicas que el exportador desea que el agente aduanal siga en el proceso de exportación. Incluye detalles sobre el transporte, el destino, los

documentos de envío, y cualquier requerimiento adicional para el manejo o despacho de la mercancía.

Registro: <https://e.economia.gob.mx/guias/realizar-los-tramites-aduanales-para-exportar/>

Lista de Empaque

La lista de empaque describe el contenido de cada caja o unidad de carga (peso, dimensiones, número de artículos por paquete). Este documento es necesario para el transporte y permite a las autoridades aduaneras inspeccionar y verificar la mercancía en caso de ser necesario.

(conocido como packing list, la explicación se encuentra en la parte superior)

Certificado de Origen

Este certificado declara el país de origen de los productos, y es necesario para cumplir con los requisitos aduaneros del país de destino. Además, puede permitir que el producto goce de beneficios arancelarios si existe un acuerdo comercial entre el país exportador y la UE.

Registro: <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/drrnas.origen.acercade.html#:~:text=C.%20O.-,Validados%20por%20Autoridad,Comercial%20/%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio.>

Documentos del Transporte

- Conocimiento de embarque (Bill of Lading)

Es un documento reconocido a nivel internacional como el más importante en el proceso de movimiento de carga internacional, ya sea importación o exportación, porque asigna a quien viene consignada la carga (es decir, la propiedad de la carga).

Ya que este documento funciona como un contrato de transporte, el Bill of Lading lo emite la naviera, o bien un agente o representante suyo, aunque también puede emitirlo un transitario.

Ejemplo del documento:

El diagrama muestra un formulario de 'Bill of Lading' de KLOG.CO. El formulario está dividido en varias secciones con los siguientes campos:

- Partes contratantes:** Sección superior izquierda con campos para 'Shipper' y 'Consignee'.
- Detalle de la ruta y transporte:** Sección superior derecha con campos para 'Vessel Name', 'Port of Origin', 'Port of Destination', 'Date of Issue', 'Place of Issue', 'Type of Goods', 'Quantity', 'Weight', 'Volume', 'Packaging', 'Incoterms', 'Remarks', 'Signature', 'Date', 'Seal', 'Number of Copies', 'Issued by', 'Title', 'Signature', 'Date'.
- Descripción de la mercancía:** Sección central con un campo grande para 'Description of Goods'.
- Valorización de la carga:** Sección inferior izquierda con campos para 'Value', 'Currency', 'Insurance'.
- Resumen de aspectos legales (en el reverso):** Sección inferior derecha con un campo para 'Legal Aspects Summary'.
- Sobre la emisión del Bill of Lading:** Sección inferior central con un campo para 'About the Issuance of Bill of Lading'.

El logo 'KLOG.CO' aparece en la parte superior izquierda y en el centro del formulario.

Más información: <https://kanvel.com/bill-of-lading/>

Agentes aduanales para tramitar: <https://klog.co/servicios>

- Guía aérea (Air Waybill): La guía aérea es un documento necesario para el envío de la mercancía por transporte aéreo. Incluye la factura del flete, el certificado de seguro, acreditación de cumplimiento con las obligaciones aduaneras y

confirmación de la entrega. En algunas regiones es necesaria información adicional.

Este documento constituye un contrato entre el expedidor de la mercancía y la aerolínea que la transporta. Además, la AWB también sirve como confirmación de recepción no se puede transportar la mercancía sin una guía aérea. Se expedirán seis copias de este documento, las cuales se van a repartir entre las partes involucradas:

- Original 1: línea aérea
- Original 2: destinatario
- Original 3: expedidor
- Copia 1: firma del destinatario cuando el transportista le entrega la mercancía.
- Copia 2: aeropuerto de destino
- Copias 3, 4 y 5: para los sucesivos transportistas aéreos.
- Copia 6: para el agente de carga aérea.

Es fundamental que el Air Waybill recoja la siguiente información.

- Partes contratantes: cargador, destinatario y transportista.
- Mercancía transportada: volumen, peso y naturaleza.
- Itinerario: ruta o lugares acordados por los que pasará el avión.
- Medio de transporte utilizado: número de vuelo y el avión.
- Flete: precio del transporte.

¿Quién lo emite?

El AWB lo emite la aerolínea o el propio consolidador. Cuando lo emite la aerolínea se le denomina Air Waybill (AWB) y cuando lo emite un transitario, entonces se le denomina House Air Waybill (HAWB).

Código Arancelario de los Productos

El código arancelario o **HS Code** (Harmonized System Code) clasifica los productos según el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Este código es fundamental para determinar los aranceles y regulaciones aplicables en el país de destino. La clasificación incorrecta puede provocar sanciones o retrasos en aduana.

Registro:

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/consulta-de-clasificacion-arancelaria/SAT4694#:~:text=Opciones%20para%20realizar%20tu%20tr%C3%A1mite,00%20a%2014:30%20horas.>

Tarifas de los Derechos de Aduanas

Son los aranceles e impuestos que se deben pagar en el país de destino para la importación de los productos. Conocer estas tarifas permite al exportador incluir estos costos en su precio de venta o anticipar los gastos que deberá cubrir el importador.

Tarifas:

[http://www.apta.com.mx/aptace/tarifa/tarifa.php#:~:text=La%20Tarifa%20arancelaria%20Mexicana%20tambi%C3%A9n,y%20de%20Exportaci%C3%B3n%20\(LIGIE\).](http://www.apta.com.mx/aptace/tarifa/tarifa.php#:~:text=La%20Tarifa%20arancelaria%20Mexicana%20tambi%C3%A9n,y%20de%20Exportaci%C3%B3n%20(LIGIE).)

Normas de Origen para el Certificado EUR.1

El certificado EUR.1 es un documento de origen utilizado para obtener preferencias arancelarias en virtud de los acuerdos comerciales entre la UE y ciertos países. Este certificado indica que los productos cumplen con las normas de origen del acuerdo y puede reducir o eliminar aranceles en Europa. (En caso de aplicar, el certificado EUR1 se tramita en la aduana de salida).

Documento Único Administrativo (DUA)

El DUA contiene información detallada sobre la mercancía que se importa o exporta, como el origen y el destino de la mercancía, su valor y peso, el modo de transporte y los impuestos que se deben pagar. También incluye información sobre la empresa

importadora o exportadora, así como sobre los intermediarios que participan en la operación. Es obligatorio para todas las operaciones que se realizan en el territorio de la Unión Europea. Es importante señalar que el DUA puede presentarse en formato físico o electrónico, dependiendo del país y de las normas específicas de cada operación.

¿Cómo se rellena el DUA?

El Documento Único Administrativo puede cumplimentarse de forma telemática siguiendo los pasos reflejados a continuación:

1. Desde la web de la Agencia Tributaria

→ https://sede.agenciatributaria.gob.es/static_files/common/html/selector_acceso/SelectorAccesos.html?rep=S&ref=%2Fwlp/%2FADEX-JDIT%2FAesManual&aut=CE

2. Rellenar 3 ejemplares.
3. Presentarlo telemáticamente utilizando tu firma electrónica.

Asia

El proceso para registrar y formalizar una empresa en Asia

El proceso y el registro puede variar considerablemente dependiendo del país, ya que cada nación tiene sus propias leyes y regulaciones para establecer una empresa. Sin embargo, aquí te presento un marco general con los pasos y requisitos comunes que suelen necesitarse en la mayoría de los países asiáticos:

Requisitos

Concepto

<p>Definición de Estructura y Tipo de Empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de empresa: Decide el tipo de entidad que deseas constituir. Las estructuras comunes incluyen: • Empresa de responsabilidad limitada (LLC): Común para inversores extranjeros, permite que la responsabilidad esté limitada al capital invertido. • Sucursal (Branch Office): Permite a una empresa extranjera realizar actividades comerciales directamente en el país. • Oficina de representación: Para actividades no comerciales como investigación de mercado o actividades promocionales, sin permisos para generar ingresos. • Sociedad anónima: Puede ser útil para empresas que planean cotizar en bolsa en el futuro. • Sociedad en nombre colectivo o sociedad de responsabilidad limitada: Para pequeñas y medianas empresas.
	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nombre: Elige un nombre comercial que esté disponible y que cumpla con las normas locales de denominación. Algunos países

<p>Nombre Comercial y Reserva de Nombre</p>	<p>requieren que el nombre refleje la actividad comercial o la estructura de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reserva de nombre: Una vez aprobado, el nombre puede reservarse por un tiempo determinado para evitar que otros lo utilicen antes de que formalices el registro.
<p>Registro y Autorización de Actividades Comerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registro en el Registro Mercantil o Corporativo: Este proceso formaliza la creación de la empresa. Generalmente se requiere presentar documentos de constitución, como el acta de constitución, el pacto social y los estatutos de la empresa. • Licencia de operación o de comercio: Dependiendo de la actividad comercial, es posible que necesites licencias adicionales. En algunos países asiáticos, ciertos sectores como el financiero, educativo, o sanitario están altamente regulados y requieren permisos especiales.

<p style="text-align: center;">Capital Mínimo</p>	<p>Algunos países requieren un capital mínimo para constituir ciertas estructuras empresariales. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hong Kong y Singapur: No requieren capital mínimo específico, pero se recomienda contar con al menos una cantidad simbólica para cumplir con los requisitos bancarios. • China y otros países: A menudo requieren capital mínimo en algunos sectores estratégicos.
<p>Dirección Local de la Empresa</p>	<p>Establecimiento de una dirección local: Es obligatorio contar con una dirección registrada en el país. Esto puede ser una oficina física o una dirección de un coworking en algunos casos. Además, en algunos países como China y Japón, es posible que necesites un espacio dedicado para ciertas actividades.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de inversión extranjera: Algunos países, como India y China, tienen restricciones de propiedad extranjera en ciertas industrias. Es fundamental verificar los límites de participación

<p>Requisitos de Inversión Extranjera</p>	<p>extranjera y las regulaciones específicas para inversionistas extranjeros antes de iniciar el proceso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificados y permisos de inversión extranjera: En algunos países, como Vietnam, es necesario obtener un Certificado de Registro de Inversión para empresas con capital extranjero.
<p>Obtención de Número de Identificación Fiscal (NIF) y Registro de Impuestos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registro en la autoridad fiscal: Para formalizar la empresa, generalmente se requiere obtener un número de identificación fiscal para presentar impuestos, como el IVA o el impuesto corporativo. • Registro para impuestos específicos: Algunos países requieren registros adicionales para impuestos como el impuesto sobre la renta, impuestos sobre ventas o aranceles.

<p>Registro de Empleados y Seguridad Social</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registro en la seguridad social: Si planeas contratar empleados, debes registrar la empresa en el sistema de seguridad social o equivalente. • Seguros y beneficios para empleados: En países como Japón y Corea del Sur, existen requisitos para seguros laborales y de salud que la empresa debe cumplir como parte de las obligaciones hacia los empleados.
	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos de cuentas bancarias: Abrir una cuenta bancaria empresarial local es esencial para recibir pagos y realizar transacciones. Cada banco tiene sus propios requisitos, y algunos pueden solicitar documentación adicional para empresas extranjeras. • Depósito de capital inicial: Algunos países requieren que el capital inicial esté depositado en una cuenta bancaria antes de finalizar el proceso de registro

<p>Apertura de una Cuenta Bancaria Comercial</p>	
<p>Contratación de un Representante Legal o director residente (si es necesario)</p>	<p>Algunos países asiáticos, como Singapur y Malasia, requieren que al menos uno de los directores de la empresa sea residente en el país. En estos casos, el representante puede ser un nacional o un extranjero con una visa de residencia.</p>
<p>Certificaciones y Permisos Sectoriales (si aplica)</p>	<p>Dependiendo del sector, podrías necesitar permisos específicos, como certificaciones ambientales, de construcción, de sanidad, entre otras. Estas certificaciones aseguran que tu empresa cumple con las regulaciones locales de cada industria.</p>
<p>Publicación del Registro (si es requerido)</p>	<p>En algunos países, es necesario anunciar públicamente la constitución de la empresa en un boletín oficial o en un medio aprobado. Esto varía dependiendo del tipo de empresa y del país, y sirve para notificar al público sobre la formación de la nueva entidad comercial.</p>
<p>Gestión de la Propiedad Intelectual</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de marca: Registrar la marca de tu empresa en el país puede ser necesario para proteger tu propiedad intelectual y evitar que otras

	<p>empresas utilicen nombres o logotipos similares.</p> <ul style="list-style-type: none">• Registro de patentes y derechos de autor: Si tienes productos o tecnología que deseas proteger, es importante hacer los registros necesarios para garantizar tus derechos.
--	--

Fuente: elaboración propia

La Ley de Aduanas de la República Popular de China señala que las mercancías importadas deben ser declaradas a las autoridades aduaneras y las formalidades de importación deben realizarse dentro de los 14 días siguientes a la llegada.

DOCUMENTOS COMERCIALES NECESARIOS PARA EXPORTAR A ASIA

Antes de enlistar la documentación requerida, es esencial mencionar lo que es la Certificación Compulsoria China (CCC). Esta se obtiene comunicándose directamente con la Administración de Certificación y Acreditación de China (CQC) o solicitando el apoyo de una empresa logística con la experiencia correspondiente.

- CQC <https://www.cqc.com.cn/www/english/>

La CQC es el organismo responsable de examinar y evaluar los procesos de fabricación de cada producto para comprobar si son aptos para distribuir y posteriormente consumir dentro de China. Ésta establece los estándares obligatorios que debe cumplir cualquier fabricante que desee exportar a la potencia asiática.

Los documentos necesarios para lograr una exportación, los cuales enlistamos a continuación:

1) Lista de embalaje

Para mercancías que su valor supere los 5,000 yuanes, que incluyan dos o más piezas de productos o que el peso sea superior a 100 kg

Debe incluir información como:

- Datos del expedidor y del receptor
- Fecha y lugar de embarque
- Número de factura comercial
- Cantidad y numeración de cada tipo de embalaje
- Descripción de cada mercancía
- Peso bruto y neto de cada producto y del embarque
- Dimensiones exteriores de embalaje
- Tipo de embalaje
- Firma y sello del exportador

Se pueden incluir otros datos dentro de un packing list de manera opcional. Esta información puede ser muy útil para los distintos agentes que intervienen en un proceso de envío y recepción de mercancías internacionales.

Entre estos datos opcionales tenemos:

- Códigos de los distintos sistemas utilizados para el envío (Taric o HS, por ejemplo).
- Distribución de la mercancía o bultos en los distintos contenedores (en caso de que el envío ocupe más de un contenedor).
- Número de precintos del contenedor o contenedores donde viaja la mercancía.
- Valor económico de cada bulto y del total del envío.

Se puede tramitar en la Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicana (VUCEM)

Link de tramite: <https://www.ventanillaunica.gob.mx/vucem/index.html>

Usar el empaquetado adecuado según los criterios chinos

- El material del embalaje debe ser resistente, duradero y liviano.
- El material no debe ser tóxico ni peligroso, y debe ser reciclable y degradable.
- Los embalajes de madera deben tener el sello IPPC.
- Los productos deben tener etiquetas y anotaciones en chino.
- Las etiquetas de los alimentos deben incluir el peso neto, la lista de ingredientes, la fecha de producción y caducidad, y la dirección del distribuidor chino.
- El embalaje debe cumplir con las normas específicas de China, especialmente para materiales peligrosos o sensibles.
- En el caso de alimentos, el número de registro de la empresa debe estar en el empaquetado interno y externo.

2)Factura comercial

Es el documento comercial con más relevancia dentro de una operación de exportación a China. Es emitido por el exportador, una vez confirmada la operación, para que el comprador se haga cargo del importe de los productos y servicios que se suministran

Debe de incluir:

- Fecha de exportación: fecha en la que el transportista recoge el paquete en tu almacén
- Número de factura: número que se asigna a cada factura emitida para registrarla y contabilizarla
- Remitente/exportador: información de la persona que realiza el envío (nombre físico o jurídico, dirección, teléfono o email de contacto, etc)
- Destinatario: la misma información que en el apartado anterior, pero de la persona que recibe el paquete

- País exportador: país desde donde se produce el envío
- País de fabricación: país dónde se fabricó el producto
- País de último destino: país de entrega final de la mercancía
- Importador: información de la persona que realiza la compra (no tiene por qué coincidir con el destinatario)
- Moneda: moneda utilizada en la transacción (o cualquier otra información relacionada con los métodos de pago)
- Información del pedido:
 - ✓ Número de orden: referencia o número de compra
 - ✓ Número de paquetes: número de pedidos que contiene el envío
 - ✓ Tipo de embalaje: información sobre el embalaje y su material de fabricación
 - ✓ Descripción de la mercancía: descripción de los artículos enviados. Una descripción detallada ayuda con los procesos aduaneros
 - ✓ Cantidad: número de artículos por descripción individual que contiene el envío
 - ✓ Unidad de medida: medio de referencia utilizado para determinar el peso y las medidas paquete
 - ✓ Peso: peso del paquete o paquetes incluidos en el envío
 - ✓ Valor unitario: el precio por unidad de los paquetes
 - ✓ Subtotales: importes adicionales que se suman el valor total de la factura
 - ✓ Número total de paquetes: cantidad total de paquetes del envío
 - ✓ Peso total: peso total del envío
 - ✓ Importe total de la factura: precio total de la factura después de restar todos los descuentos y sumar todos los cargos adicionales
- INCOTERMS: términos o condiciones exclusivos que el importador realiza con el exportador acerca del envío.
- Firma y fecha: firma y fecha de la persona responsable

Ejemplo de la factura:

Commercial Invoice Factura comercial

Date of Export: <i>Fecha de Exportación</i>		1		Invoice num.: <i>Número de factura</i>				2			
Shipper/Exporter (complete name and address): <i>Remitente/Exportador</i>				3		Recipient (complete name and address): <i>Destinatario</i>				4	
Country of export: <i>País exportador</i>				5		Importer - if other than recipient- (complete name and address): <i>Importador</i>				8	
Country of manufacture: <i>País de fabricación</i>				6							
Country of ultimate destination: <i>País de último destino</i>				7		Currency: <i>Moneda</i>				9	
10											
Marks/ Nos <i>Número de orden</i>	No. of packages <i>Número de paquetes</i>	Type of packaging <i>Tipo de embalaje</i>	Full Description of goods <i>Descripción completa de la mercancía</i>	Qt. y Cnt. <i>Unidad de medida</i>	Units of measure <i>Unidad de medida</i>	Weight <i>Peso</i>	Unit value <i>Valor unitario</i>	Total Value <i>Subtotales</i>			
	Total No. of pack. <i>Número total de paquetes</i>					Total Weight <i>Peso total</i>		Total Invoice Value <i>Importe total factura</i>			
I declare all the information contained in this invoice to be true and correct <i>Declaro que toda la información contenida en la presente factura es veraz y correcta</i>								INCOTERMS: <i>Términos de entrega de la mercancía</i>			
Signature of shipper/exporter (name and title and sign) <i>Firma del remitente / exportador (nombre, cargo y firma)</i>								13			
_____ Date:											
<i>Fecha</i>								12			

3)Póliza de seguro

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

Puede ser contratado por embarque específico o por un tiempo determinado que ampare todas las operaciones en ese periodo. Por lo general, un seguro tradicional cubre:

- Incendio.
- Explosión.
- Hundimiento.

- Colisión.
- Caída de aviones.
- Volcaduras.
- Descarrilamiento.

Tipos de seguro

Seguro de riesgos comerciales

En México, este seguro cubre los riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera del importador para cubrir sus deudas.

- Insolvencia legal. Ocurre cuando existe una declaración judicial de quiebra, suspensión de pago o algún acto jurídico similar, que impida el cobro del crédito.
- Insolvencia de hecho. Cuando el deudor se encuentra en una situación económica tal, que una acción jurídica en su contra para recuperar el crédito resultaría inútil.
- Mora prolongada. Sucede cuando transcurren seis meses desde el vencimiento del crédito y este no se ha podido cobrar a pesar de las gestiones efectuadas.

Seguro de responsabilidad civil

Un requisito para realizar operaciones comerciales en los mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos, es la contratación de un seguro de responsabilidad civil. Este seguro cubre los perjuicios y el daño moral que el uso del producto comercializado pueda causar a terceros: muerte, atentado contra la salud o destrucción de bienes.

Al contratar una aseguradora, procura que esté registrada en la Comisión Nacional de Seguros y Finanzas (CNSF). <https://www.gob.mx/cnsf>

4)Certificados de origen.

Los certificados de origen están enfocados a probar el origen de las mercancías, con el objetivo de satisfacer las exigencias de las aduanas en destino para las exportaciones a China.

Existen dos tipos de Certificados de Origen:

❖ De la autoridad

Puede ser emitido directamente por la autoridad competente o por entidades autorizadas.

Trámite

El trámite puede realizarse de dos maneras:

- Ingresa tu solicitud de manera habitual por VUCEM indicando la delegación o subdelegación de la Secretaría de Economía que te corresponda.
- Envía a dqce.origen@e.economia.gob.mx el Certificado de Origen en formato editable y la autorización del registro de productos elegibles.

Esta información deberá ser enviada en el formato de Excel que se facilita en el portal de SNICE.

Posteriormente, recoge el Certificado de Origen. Para ello, puedes ir a uno de estos centros:

- Delegación o subdelegación de la Secretaría de Economía indicada.
- Ventanilla de la Dirección General de Facilitación Comercial y de Comercio Exterior (DGFCCE) en Insurgentes Sur 1940 PB, Col. Florida, CDMX.

❖ Auto certificación

No requiere aprobación de ningún organismo oficial y podrá ser emitida por el exportador, productor o importador.

Más información:

- <https://e.economia.gob.mx/guias/obtener-el-certificado-de-origen-de-las-mercancias/>

5)Certificados de sanidad o fitosanitarios (en caso de aplicar)

Certificado Fitosanitario Internacional (CFI) es el documento necesario para exportar mercancías de origen vegetal. Para solicitarlo, se deben cumplir los requisitos del país de destino y presentar los siguientes documentos:

- Original y copia del comprobante de pago de derechos
- Original de los documentos solicitados por el país de destino

Enlace para tramitarlo: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/certificado-fitosanitario-internacional/SENASICA649>

Presencial: En las Oficinas de Inspección de Sanidad Agropecuaria y en las oficinas de los Oficiales Fitosanitarios. En la Ciudad de México en las oficinas centrales del SENASICA ubicadas en Boulevard Adolfo Ruiz Cortines No. 5010 P.B. Col. Insurgentes Cuicuilco, Delegación Coyoacán, Código Postal 04530

6) Documentos de transporte (Bill of Lading, carta porte y/o Airway bill)

- ❖ Bill of Lading:

Es un documento reconocido a nivel internacional como el más importante en el proceso de movimiento de carga internacional, ya sea importación o exportación, porque asigna a quien viene consignada la carga (es decir, la propiedad de la carga).

Ya que este documento funciona como un contrato de transporte, el Bill of Lading lo emite la naviera, o bien un agente o representante suyo, aunque también puede emitirlo un transitario.

Ejemplo del documento:

The image shows a standard Bill of Lading form with the following sections:

- SHIP FROM:** Name, Address, City/State/Zip, SIC#.
- SHIP TO:** Name, Address, City/State/Zip, CO#.
- THIRD PARTY FREIGHT CHARGES BILL TO:** Name, Address, City/State/Zip.
- SPECIAL INSTRUCTIONS:** A text area for additional notes.
- CARRIER INFORMATION:** CARRIER NAME, Trailer number, Seal number(s), SCAC, Pro number.
- Freight Charge Terms:** Prepaid, Collect, 3rd Party.
- CUSTOMER ORDER INFORMATION:** A table with columns for CUSTOMER ORDER NUMBER, # PKGS, WEIGHT, PALLETS/SLIP, and ADDITIONAL SHIPPER INFO.
- COMMODITY DESCRIPTION:** A table with columns for HANDLING UNIT, PACKAGE, QTY, TYPE, WEIGHT, H.S. (U.S.), COMMODITY DESCRIPTION, and LTL ONLY.
- RECEIVING STAMP SPACE:** A designated area for receiving stamps.
- GRAND TOTAL:** A section for summarizing totals.
- COG Amount:** A field for the Carriage of Goods amount.
- NOTE:** A section containing legal disclaimers and liability limitations.
- SIGNATURES:** Fields for SHIPPER SIGNATURE / DATE and CARRIER SIGNATURE / PICKUP DATE.

Más información: <https://kanvel.com/bill-of-lading/>

Agentes aduanales para tramitar: <https://klog.co/servicios>

- ❖ Guía aérea (Air Waybill): La guía aérea es un documento necesario para el envío de la mercancía por transporte aéreo. Incluye la factura del flete, el certificado de seguro, acreditación de cumplimiento con las obligaciones aduaneras y confirmación de la entrega. En algunas regiones es necesaria información adicional.

Este documento constituye un contrato entre el expedidor de la mercancía y la aerolínea que la transporta. Además, la AWB también sirve como confirmación de recepción no se puede transportar la mercancía sin una guía aérea. Se expedirán seis copias de este documento, las cuales se van a repartir entre las partes involucradas:

- Original 1: línea aérea
- Original 2: destinatario
- Original 3: expedidor
- Copia 1: firma del destinatario cuando el transportista le entrega la mercancía.
- Copia 2: aeropuerto de destino
- Copias 3, 4 y 5: para los sucesivos transportistas aéreos.
- Copia 6: para el agente de carga aérea.

Es fundamental que el Air Waybill recoja la siguiente información.

- Partes contratantes: cargador, destinatario y transportista.
- Mercancía transportada: volumen, peso y naturaleza.
- Itinerario: ruta o lugares acordados por los que pasará el avión.
- Medio de transporte utilizado: número de vuelo y el avión.
- Flete: precio del transporte.

¿Quién lo emite?

El AWB lo emite la aerolínea o el propio consolidador. Cuando lo emite la aerolínea se le denomina Air Waybill (AWB) y cuando lo emite un transitario, entonces se le denomina House Air Waybill (HAWB).

❖ **Carta Porte:**

Documento que acredita el transporte de la mercancía y es necesario para aduanas en la UE. El documento se genera en línea desde el portal del SAT, en conjunto con el CFDI, por lo que primero, es necesario detectar quién debe expedir la Carta Porte, ya sea que se genere por parte de los propietarios, los intermediarios para el almacenaje y distribución de la mercancía, o por medio de los agentes de transporte que participen en la operación.

-Instrucciones de llenado del CFDI al que se le incorpora el Complemento Carta Porte: http://omawww.sat.gob.mx/tramitesyservicios/Paginas/documentos/Instructivo_de_llenado_del_CFDI_con_complemento_carta_porte.pdf

-Portal SAT: <http://omawww.sat.gob.mx/cartaporte/Paginas/default.htm>

-Complemento carta porte: <https://www.sat.gob.mx/consultas/68823/complemento-carta-porte->

Ejemplo carta porte:

EMPRESARIOS A LA VANGUARDIA		
RFC: EKU900317309		INGRESO: CARTA POSTE
Registro Fiscal: 001	Detalles Fiscal: México	Tipo comprobante: 1
Fecha emisión: 2021-11-26 12:21	Fecha y hora certificación: 2021-11-26 13:09	País: MX
Cliente: La mercadería	País fiscal: 1 (ESTADOS UNIDOS MEXICANOS)	Código de comercio: 5001000000000000000
RFQ: 0000001000	Certificado anterior: 0000000000000000000	Certificado SAT: 0000000000000000000
Beneficiario: México	Moneda de pago: 00	Móneda: 0001
Método de pago: 100	Forma de pago: 00	Moneda mexicana
Medio transporte:	Transporte Internacional: 10	Medio de transporte:
País:	Tarifa aduanal: 1000	País de origen:
Parámetro: 1000	Número Parámetro: 1000001000	
AUTOSUMARIOS		
IDENTIFICACIONES	SERIES	RECORRIDOS
Configuración vehicular: C2	Aseguradora: 0000000000000000000	Sub tipo remolque:
Peso VIE: 20.00	Patente: 1000000000000000000	País:
Auto modelo VIE: 2020	Código: 0000000000000000000	Código: 0000000000000000000
Remitente (Exportador o su representante):	RFC: 0000000000000000000	Destinatario (La mercadería):
Beneficiario: Oficina Auxiliar Carga México	Código: 0000000000000000000	Beneficiario: C/Oficina Auxiliar Carga México
Distancia:	Fecha salida: 2021-11-26 12:00	Distancia: 1200
FIGURA TRANSPORTE		
Modelo: 0000	No. Licencia: 0000000000000000000	RFC: 0000000000000000000
Nombre: 0000000000000000000	Residencia:	País: 0000000000000000000
MERCANCIAS		
Peso bruto total: 00	Unidad peso: 0000	PesoNetoTotal: 00
Cantidad:	Unidad:	Descripción:
1	0000	0000000000000000000

7) Licencia de importación del consignatario

La licencia de importación es un documento que se presenta ante una administración comercial para importar mercancías a un país con restricciones comerciales. Para obtenerla, se debe cumplir con ciertos requisitos y presentar una solicitud ante el organismo administrativo correspondiente

1. Prepara la información necesaria para realizar tu trámite de solicitud utilizando la Ventanilla Única.
2. Ingresa a la siguiente liga <https://www.ventanillaunica.gob.mx/vucem/index.html>
3. Captura la información que te solicita el sistema
4. Firma electrónicamente
5. Imprime tu acuse de recepción de solicitud

8) Inscripción al padrón de exportadores sectorial

Este trámite sirve para que puedas exportar mercancías tales como: alcohol, cerveza, tequila, bebidas alcohólicas fermentadas (vinos), bebidas alcohólicas destiladas (licores), cigarros y tabacos labrados, bebidas energizantes, minerales de hierro y sus

concentrados, oro, plata y cobre, plásticos, caucho, madera, vidrio, hierro y acero, aluminio.

- Enlace para tramitarlo: <https://www.sat.gob.mx/tramites/46930/realiza-tu-inscripcion-en-el-padron-de-exportadores-sectorial>

9) Carta de instrucciones al agente aduanal

La carta de instrucciones al agente aduanal es un documento que el importador o exportador elabora para indicar al agente aduanal las acciones que debe realizar en una operación de comercio exterior. En ella se detallan los aspectos relevantes de la operación, como:

- Régimen aduanero de la mercancía
- Datos de la factura
- Datos del conocimiento de embarque
- Dirección de entrega
- Si se requiere transporte o servicio de custodia
- Datos del cliente y el lugar de destino
- Datos del seguro de mercancía
- Nombre del transportista
- Valor, volumen y peso del embarque
- Número del contenedor o marcas

10) Documentos probatorios de regulaciones no arancelarias

Los documentos que avalan el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias son: Certificados sanitarios, Certificados de calidad, Permisos, Certificado CITES (SEMARNAT).

[https://e.economia.gob.mx/guias/cumplir-con-las-regulaciones-no-arancelarias/#:~:text=Certificado%20CITES%20\(SEMARNAT\)](https://e.economia.gob.mx/guias/cumplir-con-las-regulaciones-no-arancelarias/#:~:text=Certificado%20CITES%20(SEMARNAT))

11) Registro de Venta e Importación de Alimentos

En caso de exportar alimentos, es necesario el Registro de Venta e Importación de Alimentos expedido ante la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China (AQSIQ).

* Para más información, la Embajada de México en China elaboró una [Guía de Exportación de Alimentos](#), la cual ofrece información útil para productores y comercializadores mexicanos de alimentos y bebidas.

Tipos de Contratos Para Poder Exportar

Los contratos para exportar son acuerdos formales entre las partes involucradas en el comercio internacional y están diseñados para establecer los términos y condiciones de una transacción. Estos contratos son clave para garantizar que ambas partes comprendan sus derechos, responsabilidades y obligaciones. Los diferentes tipos de contratos para llevar a cabo el proceso de exportación son los siguientes:

- *Contrato de Compra-Venta Internacional*

El contrato de compraventa internacional de mercancías es el acuerdo de voluntades entre dos o más personas, mediante el cual una de ellas llamada vendedora y establecida en un país determinado se obliga a entregar material y legalmente una cantidad o volumen de mercancías o productos a otra denominada compradora establecida en otro país, quien a su vez se obliga a pagar un precio por dichos bienes; en los términos y condiciones del convenio entre ambas partes. Es contrato es el más común. Detalla la mercancía, precios, términos de entrega (Incoterms), forma de pago, garantías, y posibles penalizaciones. Para más información de cómo realizarlo se puede consultar el siguiente enlace:

<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54288/ContratosDeCompraventaInternacional.pdf>

Un ejemplo de este tipo de contrato es el siguiente:

CONTRATO DE COMPRA - VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Conste por el presente documento, el Contrato de Compra Venta que celebran de una parte **(((NOMBRE DE LA VENDEDOR)))**, empresa constituida bajo las leyes de inscrita en la ficha en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en debidamente representada por el señor identificado con (a quien en adelante se le denominará "El Vendedor"); y, de la otra parte, **(((NOMBRE DE LA EMPRESA)))**, identificada con señalando domicilio para efectos del presente contrato en **(((DIRECCIÓN DE LA EMPRESA)))**, debidamente representada por el señor **(((NOMBRE DEL REPRESENTANTE)))**, identificado con **(((.....)))** según poder inscrito en **(((.....)))** (a quien en adelante se le denominará "El Comprador"), en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES

1.1. **(((NOMBRE DE LA EMPRESA VENDEDORA)))** es una sociedad constituida por escritura pública de fecha **(((.....)))** extendida ante el Notario Público de Lima Dr. **(((.....)))**, cuyo objeto social es **(((.....)))**.

1.2. **(((NOMBRE DE LA EMPRESA COMPRADORA)))** es una Sociedad constituida por escritura pública de fecha **(((.....)))**, otorgada por el Notario Público, cuyo objeto social es **(((.....)))**.

PRIMERA: (OBJETO DEL CONTRATO)

Teniendo en consideración las actividades que cada una de las partes realiza, estas dejan constancia por el presente documento, que consienten en celebrar un Contrato de Compra Venta, mediante el cual, "El Comprador" se compromete a pagar la mercancía enviada una vez recibida en el lugar designado por ambas partes.
"El Vendedor" se compromete a enviar la mercancía señalada en el Anexo 1 al lugar determinado por ambas partes en el plazo indicado por "El Comprador".

- Contrato de Distribución Internacional

En este tipo de contrato el distribuidor actúa como un intermediario independiente respecto del fabricante exportador, actuando en nombre propio y como comprador final a todos los efectos. El distribuidor siempre opera asumiendo el riesgo de la operación, el agente, por el contrario, casi siempre actúa por cuenta ajena a no ser que se pacte lo contrario. Es decir, este contrato se utiliza cuando el exportador acuerda que un distribuidor en el país de destino venda sus productos. Establece exclusividad, territorios, precios y responsabilidades. Un ejemplo de este tipo de contrato es:

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

Mediante el presente documento se celebra un contrato de distribución. Por una parte se encuentra el C. _____ a quien en adelante se le llamará proveedor con documento de Identidad N° _____ domiciliado en _____ y por otra parte el C. _____ a quien en adelante se le llamará distribuidor con documento de Identidad N° _____ domiciliado en _____.

DECLARACIONES
 Ambas partes declaran que es su voluntad celebrar el presente contrato. Que cuentan con capacidad jurídica para celebrarlo. Las partes declaran estar de acuerdo con las siguientes cláusulas. Que es voluntad del proveedor entregar la mercancía al distribuidor.

CLAUSULAS
 PRIMERA - Ambas partes acuerdan que el presente contrato entre en vigor el día _____ del mes _____ de _____ a las _____ en _____.

SEGUNDA - El producto a distribuir es el siguiente _____ con las siguientes características _____

TERCERA - El territorio asignado para la distribución del producto es en los siguientes territorios.

- *Contrato de Agencia Internacional*

Un contrato de agencia internacional es un acuerdo entre dos partes, en el que una de ellas (el agente) se compromete a promover o contratar operaciones comerciales por cuenta de la otra (el principal). El agente actúa como intermediario independiente y no asume el riesgo de las operaciones.

Algunas características de un contrato de agencia internacional son:

- El agente se compensa con una comisión basada en las ventas o actividades comerciales que promueve.
- El contrato puede ser por tiempo determinado o indefinido.
- En general, se incluye una cláusula que establece un plazo inicial de 2 o 3 años, con prórrogas automáticas de 1 año.
- El contrato puede terminar por expiración del plazo, incumplimiento, suspensión de pagos, quiebra, muerte del agente o cambio sustancial en el porcentaje de accionariado del agente.

Algunos elementos que se deben incluir en un contrato de agencia son:

- Datos del cliente y de la agencia
- Duración del trabajo
- Alcance del trabajo
- Plan de pagos
- Cláusula de extinción del contrato
- Consecuencias del incumplimiento del contrato
- Propiedad legal
- Confidencialidad

En palabras breves, este contrato designa a un agente para promover o vender productos en un mercado extranjero. El agente no compra la mercancía, pero recibe una comisión por ventas realizadas. Un ejemplo de este tipo de contrato es:

CONTRATO DE AGENCIA COMERCIAL

Entre los suscritos _____ identificado(a) con Cédula de ciudadanía número _____ en adelante EL EMPRESARIO, y _____ identificado(a) con Cédula de ciudadanía número _____ en adelante EL AGENTE, hemos convenido celebrar el presente contrato de agencia comercial que se regirá por las siguientes cláusulas.

1. ANTECEDENTES.

- a. _____ es una persona natural dedicada comercialmente a:

- b. _____ desea contratar un agente comercial con las características que se describen en la cláusula segunda de este contrato.
- c. _____ es una persona natural dedicada comercialmente a:

- d. Consecuentemente EL EMPRESARIO y EL AGENTE han suscrito el presente contrato de agencia comercial a fin de establecer la agencia de que trata la cláusula siguiente.

2. OBJETO. Mediante el presente contrato EL AGENTE se obliga a promover y gestionar de manera independiente y estable los negocios del EMPRESARIO en la forma y territorio que se especifican a continuación:

Negocio a cargo del AGENTE:

Territorio del AGENTE:

Todo el territorio nacional de la república de Colombia.

- Contrato de franquicia internacional

Un contrato de franquicia internacional es un acuerdo entre dos empresas independientes, el franquiciador y el franquiciado, por el que el primero cede al segundo el derecho a comercializar productos o servicios bajo su marca. A cambio, el franquiciado paga una contraprestación económica al franquiciador.

Algunos elementos de un contrato de franquicia internacional son:

- Licencia de marca: El franquiciador es el titular de la marca y el franquiciado se beneficia de su prestigio.
- Transferencia de conocimiento: El franquiciador debe transmitir al franquiciado todo lo que necesita saber sobre el negocio.
- Cánones: El franquiciado debe pagar al franquiciador una retribución por los servicios, asistencia y marca.
- Territorio: Se define el área geográfica donde el franquiciado desarrollará el contrato.
- Asistencia: El franquiciador debe proporcionar al franquiciada información técnica, comercial y de mercado.
- Confidencialidad: El franquiciado debe mantener los secretos empresariales del franquiciador.
- Plazo de duración: Normalmente es el tiempo que necesita el franquiciado para recuperar su inversión inicial.

Al analizar esto, se puede decir que este contrato permite que un franquiciado opere bajo el modelo y marca del exportador, regulando el uso de propiedad intelectual, regalías y estándares operativos. Un ejemplo de este tipo de contrato es:

MODELO DE CONTRATO TIPO DE FRANQUICIA

En..... a..... de..... de.....

REUNIDOS

De una parte D....., mayor de edad, con domicilio en..... calle....., quien actúa en nombre y representación de..... S.A (denominación, domicilio social, datos de inscripción en el RM, NIF...) (en adelante denominada franquiciador), en calidad de..... (cargo ostentado en la persona jurídica: Consejero delegado, Administrador...), según resulta de..... (mencionar si resulta de los Estatutos sociales o de una escritura posterior de nombramiento), con poderes suficientes para este acto.

(Si el franquiciador es una persona física, mencionar que obra por cuenta y en nombre propio).

Y de otra, D..... (denominado en lo sucesivo franquiciado), mayor de edad, con DNI número..... y domicilio en..... calle..... número.....(Si el franquiciado es una persona jurídica, mencionar los mismos datos que para el franquiciador).

Ambas partes se reconocen la mutua capacidad de obrar necesaria para la firma del presente contrato y puestos previamente de acuerdo.

DECLARAN

a) El franquiciador es titular.....(mencionar las circunstancias de su titularidad en cuanto a Registro de la Propiedad Industrial, Registro Europeo...) de.....(mencionar la marca, rótulo del establecimiento) acreditados en el mercado como signos distintivos de.....(delimitar específicamente el producto o servicio objeto de la franquicia).

(Si el franquiciador es titular de otros derechos de propiedad industrial que formen parte del objeto de la franquicia mencionar, además de la calificación de los mismos y las circunstancias de su titularidad, el objeto específico al que se refieran en el ámbito de la franquicia. Esta precisión es necesaria incluso cuando el tal derecho no se transmita, pero se ceda el uso del bien en que se ha instrumentado, y. gr., patentes de inversión de una máquina de reparación de calzado, cuando este sea esencial al desarrollo de la actividad en que consista la franquicia).

b) El franquiciador ha desarrollado unos métodos específicos de distribución, diseño de los puntos de venta y gestión de los establecimientos, tal que en conjunto constituye un know comercial particular logrado mediante la inversión de medios económicos en investigación, así como en virtud de la larga experiencia en el sector, todo lo cual

Dónde validar y asegurar estos tipos de contratos:

La validación y cumplimiento de los contratos puede ser gestionada por diversas instituciones y mecanismos, dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

1. Cámara de Comercio Internacional

La Cámara de Comercio Internacional (CCI) puede validar contratos que sigan estándares internacionales, como los Incoterms. Se puede consultar más a fondo en:

<https://www.ibm.com/docs/es/cics-tg-multi/9.3?topic=interface-common-client-cci>

2. Autoridades locales de comercio exterior

En México, se puede acudir a la **Secretaría de Economía (SE)** o a las oficinas del **Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE)** para recibir asesoría en contratos comerciales internacionales. Sus sitios son los siguientes:

<https://www.gob.mx/se> ;

https://www.snice.gob.mx/AdminSNICE/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/paginasPublicas/publicHome.jspx;jsessionid=f6qjn67fwLpVhVB7C5H3TCNncs3VhGMGrLN5jJdYxXNtSwYNd28G!167091558?_afLoop=340961595603093&_afWindowMode=0&_afWindowId=null#%40%3F_afWindowId%3Dnull%26_afLoop%3D340961595603093%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3D61rmul16g_4

3. Legalización y apostilla

Para que un contrato sea válido en otro país, debe ser legalizado o apostillado por las autoridades correspondientes dentro el país de destino (Norteamérica).

4. Notarización y traducción oficial

Los contratos deben ser firmados ante un notario público. Además, si el contrato está en otro idioma, será necesaria una traducción oficial.

5. Consultoría jurídica especializada

Es factible contratar abogados especializados en comercio internacional para garantizar que el contrato cumpla con las leyes de ambos países involucrados.

6. Organismos internacionales de arbitraje

Si surgen disputas, el contrato debe contemplar cláusulas de resolución. Los organismos como la Corte Internacional de Arbitraje son clave para resolver conflictos.

7. Bancos y entidades financieras

En el caso de contratos relacionados con pagos, como cartas de crédito o financiamiento, los bancos revisan y validan aspectos clave del contrato.

Cumplimiento de Normas Técnicas

Normas Técnicas Para Exportar a Norteamérica

Para poder realizar cualquier tipo de exportación a territorio norteamericano las normas que deben de seguirse por el exportador están estipuladas dentro del T-MEC. Ya que, ahora solo se podrá solicitar un trato preferencial arancelario de los países que conforman el tratado si se posee una certificación de origen T-MEC, en tanto que el Certificado de Origen TLCAN dejará de tener vigencia.

Es por ello que para poder ingresar con éxito al mercado norteamericano se debe de alinear el plan de exportación de la empresa al marco arancelario y las reglas de sanidad, seguridad y calidad que rigen dentro del territorio. Para poder conseguir esto se deben de respetar las siguientes normativas:

-Utilizar la Autocertificación de Origen T-MEC

La realización de este paso ofrece algunas ventajas para el exportador las cuáles son las siguientes:

1. Esta certificación operará bajo un esquema de autocertificación por lo que no se requiere acudir ante alguna autoridad para obtener una nueva certificación.
2. Se permite la certificación en factura o en cualquier otro documento comercial, siempre que se declare la información que detallamos más adelante.
3. La certificación de origen tiene validez de 4 años a partir de la fecha de su emisión.

Para poder realizar el cumplimiento del trámite de esta normativa es necesario que se proporcione la siguiente información de acuerdo con el cargo de la persona involucrado en el trámite:

1. Certificador: indica si el certificador es el exportador, productor o importador. Proporciona el nombre, cargo, dirección, teléfono y correo electrónico.
2. Productor y exportador: proporciona el nombre, dirección, correo electrónico y teléfono del productor y del exportador, de ser distinto del certificador.
3. Clasificación arancelaria: proporciona una descripción de la mercancía y la clasificación en el Sistema Armonizado de la mercancía a nivel de 6 dígitos.
4. Criterio de origen: especifica la regla de origen conforme a la cual la mercancía califica.
5. Periodo global: incluye el período si la certificación ampara múltiples embarques de mercancías idénticas para un plazo especificado de hasta 12 meses.
6. Firma y fecha: la certificación debe ser firmada y fechada por el certificador e ir acompañada de su declaración.

Para obtener más información sobre los pasos a seguir, se puede consultar más sobre los procesos de origen de las empresas en: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/465786/05ESPProcedimientosdeorigen.pdf>

-Solicitar los Servicios de un Agente Aduanal

Es importante que conocer bien la fracción arancelaria de los productos y, a partir de ello, identificar los aranceles aplicables.

El Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE) es la herramienta clave para conocer todo lo referente a la fracción arancelaria de las mercancías de la empresa.

Ya que la asignación incorrecta de la fracción arancelaria puede causar costos, lo mejor es que se presente una comunicación con un agente aduanal que asesore durante este proceso. Para ello puede consultarse la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM). <https://www.caaarem.mx/#gsc.tab=0>

-Identifica las Regulaciones no Arancelarias para Exportar a Estados Unidos

Para poder realizar las exportaciones de una manera correcta, es necesario que se identifiquen cada una de las regulaciones con las que cuenta el territorio, las cuáles son las siguientes:

1. Requerimiento de etiquetado de país de origen (CBP)

Se define si la mercancía se obtiene o se produce total o parcialmente en el territorio de uno o más de los países del T-MEC, con recursos originarios o no originarios de dichos territorios. Para más información consultar: <https://www.cbp.gov/trade/nafta/guide-customs-procedures/country-origin-marking>

2. Etiquetado y envasado de los bienes de consumo (FTC)

La Comisión Federal de Comercio y la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA) exigen que los envasados revelen el contenido neto, la identidad del producto y el nombre y lugar del negocio del fabricante, empacador o distribuidor. Para más información consultar: <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/fair-packaging-labeling-act-regulations-under-section-4-fair-packaging-labeling-act>

3. Alimentos, suplementos y cosméticos (FDA)

Si exportas alimentos, medicamentos o dispositivos médicos de uso humano y veterinario, productos emisores de radiación, cosméticos y productos de tabaco, deberás cumplir con las regulaciones que la FDA exige. Para más información consultar: <https://www.fda.gov/industry/import-program/importing-fda-regulated-products>

4. Requerimientos zoosanitarios y fitosanitarios (FSIS)

El FSIS solicita que los productos de carne, aves y huevos procesados sean seguros, saludables, sin adulterar y debidamente etiquetados y empacados. Los datos necesarios para esto se encuentran en: <https://www.fsis.usda.gov/inspection/import-export/import-guidance>

5. Alcohol y tabaco (TTB)

Por sus características, las bebidas alcohólicas y el tabaco enfrentan regulaciones especiales cuyo control está a cargo de la Agencia de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco. Los datos para tener en cuenta se encuentran en: <https://www.ttb.gov/itd/importing-bottled-alcohol-beverages-into-the-united-states>

Cómo bien se puede interpretar, para cada mercancía o grupo de productos, puede incluso existir más de una norma, como es el caso de las que principalmente condicionan una o varias de las siguientes características: durabilidad, dimensiones, resistencia, inflamabilidad, seguridad en el uso, toxicidad, estanqueidad, ergonomía y acabados.

Por otro lado, las normas técnicas para exportar garantizan a los consumidores que los productos que adquieren tengan la calidad, seguridad y métodos de fabricación adecuados para su uso. En algunos países, suelen ser establecidas por organismos privados y en otros por las entidades gubernamentales. Es por ello que algunas de las normas no arancelarias son las siguientes:

1. Etiquetado

Se deben generar etiquetas para las mercancías en el idioma del país de destino y consultar si, además, se debe incluir lenguas regionales o locales. Revisar las normas específicas sobre tamaño de la tipografía, integración de sellos y más.

2. Envase y embalaje

Revisar si las cajas, frascos o botellas que envuelven a tus productos serán sujetos de regulaciones en el país de entrada.

3. Mercado de origen

Se deben llevar a cabo los trámites relacionados con la obtención de los certificados de origen para los productos o, en su caso, la Autocertificación de Origen T-MEC para exportar a Estados Unidos o Canadá.

Este es un requisito sine qua non en el comercio exterior para la determinación de aranceles, preferencias y regulaciones.

4. Regulaciones sanitarias

Consultar las normas del país de llegada que regulan el ingreso de mercancías que suponen riesgos para la vida humana, animal y vegetal de aquel territorio.

Se pueden utilizar los certificados de apoyo a la exportación de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).

5. Normas de calidad

Se deben obtener las certificaciones que avalen que las mercancías son el resultado de la implementación de procesos empresariales óptimos.

Orientar la operación de tu empresa al cumplimiento de estándares con reconocimiento global como los que establece la International Organization for Standardization (ISO) en materia de calidad en el manejo de procesos, cuidado medioambiental, salud y seguridad, entre otros.

Normas Técnicas Para Exportar en Europa

Para exportar productos a Europa, es esencial cumplir con una serie de normas técnicas que aseguran que los productos cumplen con los requisitos de seguridad, calidad y sostenibilidad del mercado europeo. Estas normas técnicas están destinadas a proteger a los consumidores y el medio ambiente y pueden variar según el tipo de producto. A continuación, se describen los principales aspectos de cumplimiento:

1. Certificación CE

El mercado CE es un símbolo por el que el fabricante o responsable legal declara bajo su responsabilidad que el producto que está comercializando, tras llevar a cabo un procedimiento de evaluación, ha cumplido con los requisitos esenciales de seguridad y salud que vienen recogidos en el reglamento correspondiente al producto.

- **Aplica a:** Productos como maquinaria, equipos electrónicos, juguetes, productos médicos, entre otros.

- **Cómo obtenerla:** El fabricante debe realizar pruebas y evaluaciones según las directivas aplicables, y en algunos casos, usar organismos notificados para certificación.

2. Regulación REACH (Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias Químicas)

Es una normativa de la Unión Europea que tiene como objetivo proteger la salud humana y el medio ambiente de los riesgos de los productos químicos:

- Se aplica a casi todas las sustancias químicas, incluidas las que se usan en el día a día.
- Exige a las empresas que identifiquen los riesgos de las sustancias que fabrican o comercializan.
- Obliga a las empresas a demostrar a la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (ECHA) cómo utilizar las sustancias de forma segura.
- Exige a las empresas que comuniquen a los usuarios las medidas que deben adoptar para evitar riesgos

La ECHA (European Chemicals Agency), creada en el 2007 y con sede en Helsinki, es el organismo encargado de la aplicación de la legislación en materia de productos químicos. Su labor se centra en conseguir un uso seguro de las sustancias químicas velando por la protección de la salud humana y el medio ambiente. Es la encargada de ayudar a las empresas a cumplir con las normativas, facilitando información sobre sustancias químicas y su utilización, gestionando los expedientes que recibe de la industria, analizándolos y centrando su atención en las sustancias más peligrosas.

3. Reglamento sobre Productos Alimenticios y Bebidas

Para alimentos o bebidas en la UE, debe facilitar información esencial para que el consumidor final pueda tomar una decisión con conocimiento de causa en lo que respecta a su compra.

➤ La información requerida deberá ser:

- precisa
- fácil de ver y de entender
- no engañosa
- Indeleble

➤ Información obligatoria para los alimentos envasados:

- denominación del producto alimenticio
- lista de ingredientes (en su caso, incluidos los aditivos)
- información sobre alérgenos
- cantidad de determinados ingredientes
- indicación de la fecha (consumo preferente/caducidad)
- país de origen, si es necesario por razón de claridad para el consumidor (por ejemplo: productos que llevan en su embalaje banderas o lugares famosos de un país)
- nombre y dirección del explotador de empresa alimentaria establecido en la UE o del importador
- cantidad neta
- las condiciones especiales de conservación y/o las condiciones de utilización
- instrucciones de uso (en caso necesario)
- nivel de alcohol de las bebidas (si es superior al 1,2 %)
- Información nutricional

® Información de los aditivos alimentarios:

https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/additives/index_es.htm

® Información de la declaración nutricional:

https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/nutrition-declaration/index_es.htm

❖ Lista de ingredientes

La lista irá precedida de un encabezamiento que incluya la palabra «ingredientes» y deberá hacer constar todos los ingredientes del alimento:

- en orden decreciente de peso
- designados por su razón social

Información detallada de los ingredientes de acuerdo con UE

Normas técnicas sobre la indicación de los ingredientes – anexo 7

Alimentos que NO requieren una lista de ingredientes – artículo 19

Componentes de un alimento que NO es necesario mencionar en la lista de ingredientes – artículo 20

Declaración cuantitativa de los ingredientes – orientaciones de la UE

❖ Cantidad de determinados ingredientes

Deberá mencionar la cantidad (en porcentaje) de los ingredientes que:

- aparezcan en el nombre del producto (ejemplo: «tarta de manzana»)
- se resaltan en el etiquetado mediante palabras, imágenes o gráficos (ejemplo: «con nueces»)
- sean esenciales para caracterizar el alimento y distinguirlo de otros alimentos

® [Alimentos respecto de los cuales NO se requiere indicar la cantidad de los ingredientes](#) — [anexo](#) [8](#)

❖ Información sobre alérgenos

Los alérgenos presentes deben destacarse en la lista de ingredientes, por ejemplo, utilizando un tipo de letra, un tamaño de letra o un color de fondo diferentes.

Si no hay lista de ingredientes, la indicación de alérgenos debe incluir la palabra «contiene» seguida del nombre del alérgeno.

Información necesaria:

® [Lista completa de alérgenos](#) — [anexo](#) [2](#)
[Alérgenos – Orientaciones de la UE](#)

❖ Etiquetado

La información obligatoria deberá imprimirse utilizando una fuente con una altura mínima de la x de 1,2 milímetros. Si la superficie máxima del envase es inferior a 80 cm², se podrá utilizar una altura de la x mínima de 0,9 mm.

Si la superficie del envase es inferior a 10 cm², debe indicarse lo siguiente:

- denominación del producto alimenticio
- sustancias o productos que causan alergias o intolerancias utilizados en la fabricación o preparación y que sigan estando presentes en el producto acabado
- cantidad neta del alimento

- la fecha de «consumo preferente» o de «caducidad»

Información del tamaño de las etiquetas:

® [Tamaño de las etiquetas — anexo 4](#)

- ❖ Legislación de la UE

® [Reglamento de la UE sobre la información alimentaria facilitada al consumidor](#)

4. Normas de Sustentabilidad y Ecológicas

- ❖ Productos cubiertos por las normas ecológicas de la UE

Las normas de la Unión Europea sobre agricultura ecológica cubren los productos agrícolas, incluidos los de acuicultura y levadura. Abarcan todas las etapas del proceso de producción, desde las semillas hasta el alimento procesado final. Esto significa que existen disposiciones específicas que cubren una gran variedad de productos, como:

- semillas y material de propagación, como esquejes, rizomas, etc., a partir de los cuales se cultivan plantas o cultivos;
- productos agrícolas vivos o sin procesar;
- alimentar;
- productos agrícolas procesados para su uso como alimento.

En el siguiente enlace:

[El anexo I del Reglamento \(UE\) 2018/848](#) establece una lista de nuevos productos estrechamente vinculados a la agricultura que ahora también están incluidos en el ámbito de aplicación de la legislación ecológica. Entre ellos se encuentran las sales, los tapones

de corcho natural, los aceites esenciales, el algodón en rama, la lana en rama y la cera de abejas.

La normativa de la UE sobre producción ecológica excluye los productos procedentes de la pesca y la caza de animales salvajes, pero incluye la recolección de plantas silvestres siempre que se respeten determinadas condiciones de hábitat natural. Existen normas específicas para plantas, ganado, alimentos procesados y vino, levadura, acuicultura y más.

- Ⓜ [Reglamento \(UE\) 2018/848 sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos](#)
- Ⓜ [Legislación para el sector orgánico](#)

5. Reglamentos Específicos según el Producto

- ❖ Normas de seguridad de los productos en la UE

De conformidad con la [Directiva relativa a la seguridad general de los productos](#), solo deben comercializarse productos seguros.

Las normas las elaboran las organizaciones europeas de normalización y tienen carácter voluntario, pero pueden ser muy pertinentes para demostrar la seguridad de un producto. Se supone que los productos que se ajustan a una norma publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea son seguros.

Algunas categorías de productos están cubiertas por legislación específica, como los juguetes, los aparatos eléctricos, los automóviles, etc.

- ❖ Sustancias químicas peligrosas en los productos

La presencia de sustancias químicas nocivas es uno de los riesgos más notificados en SafetyGate, el sistema de alerta rápida de la Comisión para productos peligrosos, y representa cerca de una cuarta parte de las alertas que se difunden cada año.

Entre los ejemplos de estos productos se incluyen:

- productos textiles
- juguetes
- cosméticos
- tintas para tatuajes

Más información sobre los químicos prohibidos:

- ® [Informe de la Agencia Europea de Sustancias y Mezclas Químicas sobre los ftalatos](#)
- ® [Agencia Europea de Sustancias y Mezclas Químicas \(ECHA\)](#)
- ® https://single-market-economy.ec.europa.eu/single-market/european-standards/harmonised-standards_en?prefLang=es

6. Aduanas y Aranceles

Asegúrate de clasificar correctamente tus productos según el Sistema Armonizado (HS Code). Es un código numérico de seis dígitos que se utiliza para clasificar productos comercializados a nivel internacional. La Organización Mundial de Aduanas (OMA) es la encargada de establecer y actualizar los códigos HS. Y verificar si tu país tiene acuerdos de libre comercio con la UE para reducir aranceles.

Cumplir con estas normas técnicas es fundamental para cualquier empresa que busque exportar productos a Europa. El cumplimiento no solo facilita el acceso al mercado, sino que también fortalece la confianza de los consumidores europeos y asegura la calidad y seguridad de los productos.

Recomendación:

Consulta las directivas específicas relacionadas con tu producto en el sitio oficial de la UE (EUROPA) y colabora con expertos en normas técnicas o certificaciones para evitar rechazos o problemas al exportar.

Portal de acceso a la Unión Europea:

® https://european-union.europa.eu/index_es

Normas Técnicas Para Exportar en Asia

1. Normas Técnicas Generales

- **Estándares Internacionales:** Muchos países asiáticos adoptan normas basadas en ISO es un conjunto de normas internacionales que las empresas pueden utilizar para garantizar que sus productos y servicios cumplen con estándares de calidad. Es un requisito para muchas empresas, especialmente las del mercado de exportación.

Algunas de las normas ISO más comunes son:

- **ISO 9001**

Norma sobre gestión de la calidad que ayuda a las organizaciones a cumplir con las expectativas de sus clientes.

- **ISO 9004**

Norma que proporciona directrices para mejorar el desempeño de la organización y la satisfacción de los clientes.

- **ISO 14001**

Norma relativa a los sistemas de gestión ambiental que permite a las empresas controlar las actividades que pueden impactar negativamente en el medio ambiente.

- **ISO 22000**

Norma que marca las condiciones que deben cumplirse para asegurar la inocuidad de los alimentos

- IEC (Comisión Electrotécnica Internacional) es una organización que se dedica a la elaboración y publicación de normas internacionales para la electrónica, la electrotecnia y las tecnologías relacionadas.
- Codex Alimentarius El Codex Alimentarius es una colección de normas alimentarias aceptadas internacionalmente y presentadas de modo uniforme. El objeto de estas normas alimentarias es proteger la salud del consumidor y asegurar la aplicación de prácticas equitativas en el comercio de los alimentos.

2. Certificación Obligatoria por País

China:

- Certificación CCC (China Compulsory Certification): La **CCC** (también llamada a menudo certificado 3C) se aplica tanto a los productos importados como a los fabricados en China. Los productos que requieren la certificación CCC deben obtener la aprobación de la CCC antes de ser importados, comprados, vendidos y utilizados o comercializados en China. El uso indebido de licencias CCC o la impresión de una marca CCC en productos sin certificación también dará lugar a multas y sanciones. Aplica a productos como electrónicos, juguetes, maquinaria y materiales de construcción.

- Etiquetado en chino: Es obligatorio para los productos, incluyendo detalles sobre el contenido, seguridad y uso.

India:

- BIS Certification (Bureau of Indian Standards): el organismo nacional de normalización creado sobre la base de la Ley de la Oficina de Normas Indias de 2016. Regula productos como acero, electrodomésticos, alimentos y juguetes.
- FSSAI (Food Safety and Standards Authority of India): Aplica a productos alimenticios y bebidas, garantizando seguridad alimentaria.

Japón:

- Normas JIS (Japanese Industrial Standards):

JIS hace referencia a un conjunto de normas de calidad cuyo propósito es estandarizar las actividades industriales en Japón. Las siglas JIS provienen de Japanese Industrial Standards, es decir, Estándares Industriales Japoneses y su cumplimiento es obligatorio; se aplica a procesos, servicios, productos industriales y minerales, datos, entre otros. La elaboración de los JIS está a cargo del Japan Industrial Standards Committee (JISC).

Etiquetado Ecológico: Productos deben cumplir con criterios de sostenibilidad para ciertos mercados.

Corea del Sur:

Certificación KC (Korea Certification): es un sello de calidad que garantiza que los productos cumplen con los estándares de seguridad de Corea. Es obligatoria para los productos eléctricos que se introducen en el mercado de Corea del Sur. La certificación KC se centra en reducir los riesgos para la seguridad, la salud y el medio ambiente. Se aplica a productos como: Aparatos eléctricos domésticos y profesionales, Aparatos de

iluminación, Equipos de audio y video, Componentes de baja tensión. El proceso de certificación KC incluye:

- Aplicación de un formulario y descripción del producto
- Obtención de un certificado de registro por el fabricante
- Auditoría de fábrica para verificar el cumplimiento de los criterios de seguridad
- Pruebas de seguridad del producto
- Pruebas de compatibilidad electromagnética (EMC)
- Supervisión posterior a la certificación para verificar el cumplimiento
 - MFDS (Ministry of Food and Drug Safety): En español significa Ministerio de Seguridad Alimentaria y Medicamentos de Corea del Sur. Es una agencia gubernamental que se encarga de garantizar la seguridad y eficacia de los alimentos y productos farmacéuticos para promover la salud pública. Aplica a productos alimenticios, cosméticos y medicamentos.

Entre las funciones del MFDS se encuentran:

- Inspeccionar la seguridad de los productos agrícolas importados, como los alimentos procesados, los aditivos alimentarios, el envasado de alimentos, los envases y los equipos.
- Obligar a los fabricantes de productos alimenticios que deseen exportar a Corea del Sur a registrarse en su plataforma

Southeast Asia (ASEAN):

- Los países del sudeste asiático tienen requisitos similares, pero específicos. Singapur y Malasia, por ejemplo, adoptan normas ISO con adaptaciones locales.

3. Requisitos de Etiquetado

- Idioma Local: El etiquetado debe estar en el idioma oficial del país (ej. chino, japonés, coreano, tailandés).
- Contenido Obligatorio: Nombre del producto, ingredientes, fecha de fabricación y caducidad, país de origen, instrucciones de uso, y advertencias.
- Certificaciones Ambientales: Algunos países exigen etiquetas que demuestren prácticas sostenibles, como el reciclaje.

4.Regulaciones Alimentarias

- Permisos y Certificados Sanitarios: Es necesario contar con un certificado sanitario emitido por el país exportador.
- Trazabilidad: Algunos países, como Japón y Corea del Sur, exigen sistemas de rastreo para los alimentos.
- Límites de Residuos: Residuos de pesticidas, contaminantes, y aditivos deben cumplir con los límites permitidos por cada país.

5.Sustancias Restringidas

- Restricción de Químicos y Materiales Tóxicos:
 - China, Japón, e India aplican regulaciones similares a REACH de la UE.
 - Los productos electrónicos deben cumplir con las normativas RoHS (Restricción de Sustancias Peligrosas).
- Cosméticos: Sustancias como parabenos, metales pesados o colorantes específicos pueden estar prohibidos.

6.Documentación y Procedimientos Aduaneros

- Certificado de Origen: Es fundamental para cumplir con tratados comerciales o evitar aranceles elevados.
- Facturas y Listado de Empaque: Deben detallar el valor, descripción y cantidad de productos.
- Declaración de Conformidad: Garantiza que el producto cumple con las normas técnicas locales.

7. Normas de Sostenibilidad

- Algunos países, como Japón y Corea del Sur, valoran prácticas sostenibles y exigen certificaciones ambientales como FSC (madera) o etiquetas ecológicas para plásticos y textiles.

CAPÍTULO 6. LOGÍSTICA Y CADENAS DE SUMINISTRO

¿Qué es la logística internacional?

El comercio exterior plantea numerosos retos, uno de ellos es la logística, que según la Universidad Europea (2022) dentro de este contexto la define como “un conjunto de operaciones destinadas a transportar materias primas o productos finalizados desde el país de origen, denominado exportador, hasta el país de llegada, al que se conoce como importador”. Por lo antes mencionado es crucial entender que cada paso de la logística influye directamente en el éxito de la operación exportadora, por lo que el profundo entendimiento de estos procesos, junto con una planificación cuidadosa, son esenciales para garantizar que los productos lleguen en un tiempo, en las condiciones adecuadas y cumpliendo con las normas aplicables para este tipo de operaciones.

¿Qué es la Cadena de Suministros?

Por su parte Lifeder (2024) define a la cadena de suministro como “Una cadena o sistema que incluye todas las actividades, recursos e información para movilizar un producto o servicio de un proveedor al cliente. Se trata de una red creada entre una empresa y sus proveedores para producir y distribuir un producto específico”.

Tipos de cadenas de suministros

Los tipos de cadena de suministros son:

Cadena de suministro tradicional. Cada parte que la compone actúa de forma autónoma e independiente. Apenas se comparte información entre las distintas áreas, lo que puede empeorar las interrupciones y derivar en bajos niveles de eficiencia.

Cadena de suministro directa. Su objetivo es eliminar el mayor número de intermediarios posible para acortar los pasos entre la empresa y el cliente.

Cadena de suministro compartida. En ocasiones, dos o más firmas colaboran a lo largo de la cadena o en parte de esta para aumentar la eficacia y ahorrar en costos.

Cadena de suministro sincronizada. Este estado se alcanza cuando todos los pasos dentro de la supply chain se suceden de modo rápido y fluido. Es ideal, porque reduce la aparición de tiempos muertos y evita interrupciones.

Cadena de suministro estratégica. En este caso, las fases se ven determinadas por los objetivos de una empresa que opera en mercados inestables y muy cambiantes.

Cadena de suministro compleja. Está compuesta por múltiples actores. Los productos que participan en esta cadena demandan una gran cantidad de insumos o de tratamiento en distintas plantas o centros de ensamblaje.

Tipo de cadena de suministro recomendada según el producto

Producto	Tipo de cadena recomendada	Razón
Productos de Consumo Masivo (Alimentos, bebidas, productos de limpieza).	Tradicional o Directa	<p>La cadena tradicional: es común para productos de bajo costo que se producen en masa y se distribuyen ampliamente.</p> <p>Cadena directa: puede ser útil si la marca desea controlar más de cerca la relación con los consumidores a través de canales directos.</p>
Productos Industriales o Manufactura (Equipos industriales, maquinaria, componentes electrónicos).	Compartida o Estratégica	<p>La cadena compartida: permite que las empresas trabajen estrechamente con sus proveedores y clientes para mejorar la eficiencia y compartir recursos o información.</p> <p>La cadena estratégica: es adecuada cuando se tienen socios clave con los que se colabora para optimizar costos, tiempos y calidad a largo plazo.</p>
Productos de Alta Tecnología inteligentes,	Sincronizada o Estratégica	<p>La cadena sincronizada: es adecuada porque la tecnología y la demanda cambian rápidamente, y la</p>

computadoras, dispositivos médicos).

coordinación entre todos los eslabones de la cadena es crucial para que los productos lleguen al mercado rápidamente sin desajustes de oferta.

La cadena estratégica: es importante si hay pocos proveedores de componentes clave, lo que requiere un enfoque colaborativo y proactivo para asegurar la disponibilidad.

Productos de lujo

Estratégica o Directa

Cadena estratégica: permite trabajar de cerca con proveedores clave para asegurar que los estándares de calidad sean consistentes.

Cadena directa: puede ser eficaz si la marca desea un control total sobre su distribución y la relación con el cliente final.

Productos perecederos

Sincronizada o Compleja

La cadena sincronizada: es crucial para coordinar la producción, el transporte y la distribución de manera rápida y efectiva.

Productos de salud (Farmacéuticos, Equipos Médicos). Compleja o Estratégica

Una cadena compleja: puede ser adecuada si se manejan múltiples proveedores, tiempos de transporte internacionales o productos con una vida útil extremadamente corta.

Cadena compleja: es adecuada para gestionar las múltiples etapas de producción, distribución y cumplimiento de regulaciones.

Servicios (Consultoría, Tecnología, etc.). Educación, Directa o Estratégica

Cadena estratégica: es útil cuando se trabaja con socios clave o proveedores de materias primas que requieren coordinación a largo plazo.

Cadena directa: adecuada para garantizar la calidad y la personalización de la entrega.

Una cadena estratégica: en algunos casos, especialmente en empresas grandes o multinacionales, puede ser beneficiosa para asegurar la cooperación a largo plazo con proveedores de

servicios (como
proveedores de tecnología,
plataformas o talento).

Fuente: Esta tabla fue adaptada con información extraída de Ar Racking (2021).

Componentes Claves de la Logística Internacional

Según la Universidad Panamericana (2020), comprender los **componentes claves de la logística internacional** es esencial para anticipar y mitigar posibles riesgos que puedan surgir a lo largo de la cadena de suministro, por lo que a continuación se desglosan cada uno de los componentes:

Transporte

Se refiere al desplazamiento físico de productos, incluye diversas rutas como la marítima, aérea o terrestre, y cada una de ellas o su mezcla tiene un efecto importante en los precios y los plazos de entrega.

Almacenamiento

La posición clave de los almacenes es vital para mejorar la gestión del inventario y garantizar la prontitud en las entregas. Los establecimientos contemporáneos cuentan

con tecnología de última generación para facilitar el almacenamiento y la recuperación de manera efectiva.

Inventarios

Es de vital importancia asegurarse de tener un inventario equilibrado. Tener demasiado inventario bloquea el dinero, al mismo tiempo que la escasez de inventario conlleva a perder ventas.

Cumplimiento aduanero

Ejecutar de manera efectiva a través de las complicaciones de las regulaciones y la documentación aduanera a nivel internacional es necesario. Ya que la falta de cumplimiento puede resultar en demoras y gastos extra.

Visibilidad en la cadena de suministro

La monitorización en tiempo real y el seguimiento de bienes y productos mientras cruzan las fronteras aseguran transparencia y responsabilidad en la cadena de suministro.

Gestión de riesgos.

La logística internacional enfrenta riesgos como desastres naturales e inestabilidad política, lo que requiere estar preparados. Con el crecimiento del comercio electrónico y la globalización, la demanda de expertos aumenta, y el uso de las tecnologías mejoran la eficiencia.

Uno de los mayores riesgos en la gestión logística son aquellas situaciones que están fuera del control de las empresas, como situaciones de crisis globales. Un ejemplo claro de ello es la pandemia de COVID-19, que representó un desafío sin precedentes para las cadenas de suministro a nivel mundial, exponiendo numerosas vulnerabilidades en los sistemas logísticos globales.

Según una encuesta realizada por Ernst & Young LLP (EY US) a finales de 2020, la crisis sanitaria no solo afectó profundamente la operación logística, sino que también marcó un antes y un después para las empresas, pues éstas se vieron obligadas a

replantear y modificar sus estrategias de gestión de la cadena de suministro, impulsando una transformación hacia modelos más resistentes, colaborativos y ágiles. Las empresas comenzaron a priorizar la integración en red con clientes, proveedores y otras partes interesadas, con el objetivo de mejorar y adaptarse a futuras interrupciones globales.

Desafíos en la logística internacional y estrategias para mitigar su impacto

Como ya anteriormente se mencionó, la logística presenta numerosos riesgos y desafíos durante su puesta en marcha, sin embargo, es de suma importancia que las empresas actúen de forma estratégica para mitigar el impacto de esos desafíos, a continuación, te mostramos estrategias (Solistica, 2023).

Conflictos geopolíticos

Uno de los desafíos más significativos en la logística internacional ha sido el aumento de las tensiones comerciales entre dos gigantes económicos: Estados Unidos y China. Desde 2018, ambas naciones han estado inmersas en una guerra arancelaria, imponiendo gravámenes recíprocos a miles de millones de dólares en productos. Según la Organización Mundial de Comercio (OMC), solo en 2019, los aranceles entre estas dos potencias afectaron a más de \$700 mil millones en bienes.

Estrategias

Diversificación de Proveedores y Rutas

Para reducir los riesgos asociados a un entorno comercial inestable, es indispensable ampliar la red de proveedores y diversificar las rutas de transporte. Esto permite evitar la dependencia excesiva de un único proveedor o trayecto, minimizando el impacto de posibles interrupciones.

Deslocalización de la Producción

Para minimizar los riesgos relacionados con conflictos entre países, algunas empresas optan por trasladar parte de su producción a otros lugares. Esta estrategia les permite mantener una cadena de suministro más estable y adaptable.

Inversión en Innovación de la Cadena de Suministro

Las empresas están invirtiendo en tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y la automatización, para hacer frente a las disrupciones. Estas herramientas les permiten anticipar y responder a problemas en la cadena de suministro de manera más eficiente.

Renegociación de acuerdos comerciales

Las empresas están buscando activamente renegociar acuerdos comerciales para reducir los obstáculos a la exportación e importación. Estos acuerdos son cruciales para agilizar el flujo de mercancías.

Crisis sanitarias globales

La pandemia de COVID-19 ha sido un desafío sin precedentes para la logística internacional. El cierre de fronteras, las restricciones a la movilidad y las interrupciones en la producción provocaron una contracción drástica en el comercio global. La Organización Mundial del Comercio estimó una caída del 5,3% en el comercio mundial en 2020, el peor desempeño desde 2009.

Estrategias

Diversificación de Proveedores y Rutas

La diversificación de proveedores y rutas de transporte se ha vuelto esencial para reducir la dependencia de regiones específicas y garantizar un suministro constante de productos.

Flexibilidad e Interoperabilidad

La flexibilidad y la interoperabilidad de las redes logísticas se han convertido en prioridades clave. Las empresas están adoptando tecnologías que les permiten ajustar

rápidamente sus operaciones a cambios en la demanda o el suministro, lo que mejora su capacidad para responder a interrupciones.

Tecnología Inteligente

La inversión en tecnologías inteligentes, como la inteligencia artificial y la blockchain, ha demostrado ser crucial para optimizar las operaciones logísticas y aumentar la visibilidad de la cadena de suministro. Estas herramientas ayudan a prever y mitigar problemas en la cadena de suministro.

Crisis económicas

Las crisis económicas representan uno de los mayores retos para el comercio internacional, especialmente en los sectores de exportación. Estas crisis, que suelen desencadenarse por factores como la inflación, las caídas en el mercado de valores y las fluctuaciones cambiarias generan efectos de gran alcance en las transacciones comerciales y las cadenas de suministro. Durante estos periodos, la disminución del poder adquisitivo de los consumidores, las restricciones crediticias y la incertidumbre financiera afectan directamente la demanda de productos en los mercados internacionales. Por ejemplo, tras la crisis financiera de 2008, el comercio global se contrajo en un 12%, según la Organización Mundial del Comercio, lo que reveló la necesidad de que las empresas exportadoras se adapten y diversifiquen sus estrategias.

Estrategias:

Diversificación de mercados y clientes

La diversificación no solo se refiere a la búsqueda de nuevos mercados para los productos, sino también a la diversificación de rutas y modos de transporte. Las empresas deben explorar alternativas logísticas para asegurar la continuidad de las operaciones. Además, la diversificación de proveedores y centros de distribución en diferentes geografías puede ayudar a mitigar los riesgos relacionados con interrupciones en las cadenas de suministro globales.

Adaptabilidad y flexibilidad en precios y contratos

Las fluctuaciones económicas durante las crisis impactan directamente en los costos logísticos (transporte, almacenamiento, manejo de inventarios). Por lo tanto, es crucial que las empresas logísticas implementen contratos flexibles que permitan ajustar tarifas de transporte, condiciones de pago o tiempos de entrega según las condiciones del mercado.

Fomento de relaciones de colaboración y alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas con proveedores, operadores logísticos, agentes de aduanas y empresas de transporte permiten compartir recursos, reducir costos y mejorar la eficiencia operativa. La creación de redes de distribución colaborativas puede ayudar a reducir los tiempos de entrega y a mantener la continuidad del servicio en mercados internacionales, incluso cuando las condiciones económicas dificultan el acceso a recursos o capacidades logísticas.

Operadores logísticos

Un operador logístico es una empresa especializada en proporcionar soluciones integrales de logística y distribución a otras organizaciones (Across logistics , 2024).

Su función principal es gestionar y optimizar diversas operaciones dentro de la cadena de suministro de sus clientes, abarcando actividades como el transporte, almacenamiento, gestión de inventarios y embalaje, entre otras.

La clave de un operador logístico es su capacidad para encargarse de las tareas logísticas, lo que permite a sus clientes enfocarse en su actividad principal. Gracias a su experiencia, infraestructura y tecnología, los operadores logísticos desarrollan soluciones personalizadas que se ajustan a las necesidades de cada cliente, asegurando eficiencia, reduciendo costos y mejorando los tiempos de entrega.

Tipos de Operadores Logísticos

La logística, como columna vertebral del comercio mundial, se apoya en diversos tipos de operadores logísticos que ofrecen distintos niveles de servicio, adaptándose a las necesidades específicas de cada empresa.

La clasificación se da de la siguiente manera:

1PL (First Party Logistics)

El 1PL se refiere a los transportistas directos. En este modelo, la propia empresa se encarga de sus operaciones logísticas, sin externalizar servicios.

Esto incluye el transporte de mercancías, ya sea por vía terrestre, marítima o aérea, utilizando sus propios vehículos o contratando directamente con transportistas.

2PL (Second Party Logistics)

Los 2PL son transportistas especializados que ofrecen servicios específicos de transporte. Este tipo de operador logístico se centra en la ejecución de una parte de la cadena de suministro, como el transporte marítimo, aéreo, o terrestre.

A diferencia de los 1PL, los 2PL poseen o arriendan sus propios medios de transporte (camiones, barcos, aviones) y su servicio se limita a la entrega física de los productos.

3PL (Third Party Logistics)

Ofrecen una gama más amplia de servicios que incluyen almacenamiento, transporte, gestión de inventarios, embalaje, y a veces hasta la gestión de procesos de devolución.

Los 3PL son socios estratégicos que se integran de manera más profunda en la cadena de suministro de sus clientes, optimizando operaciones y reduciendo costes a través de su experiencia y tecnología.

4PL (Fourth Party Logistics)

Los 4PL van un paso más allá, actuando como integradores de la cadena de suministro. Este tipo de operadores no solo ofrece servicios logísticos, sino que también gestiona la relación con otros 3PL y proveedores de servicios, coordinando toda la cadena de suministro bajo un único contrato.

5PL (Fifth Party Logistics)

Los 5PL se enfocan en soluciones logísticas a nivel de red, optimizando cadenas de suministro a gran escala para múltiples clientes.

Este modelo se basa en el uso intensivo de tecnología, especialmente en lo que respecta a la digitalización y automatización de procesos logísticos.

Los 5PL buscan maximizar la eficiencia en toda la cadena de suministro, a menudo mediante la consolidación de cargas de varios clientes para lograr economías de escala y reducir costes.

Cada tipo de operador proporciona diferentes ventajas, sin embargo, la elección entre los diferentes tipos de operadores dependerá de las necesidades de la empresa.

Beneficios de aliarse con operadores logísticos

Reducción de costos

Uno de los principales beneficios de trabajar con un operador logístico es la disminución de costos. Al aprovechar la experiencia, las infraestructuras y las economías de escala que ofrecen estos operadores, las empresas pueden reducir considerablemente sus gastos en áreas como transporte, almacenamiento y gestión de inventarios.

Los operadores logísticos mejoran las rutas de transporte, consolidan las cargas y negocian tarifas preferenciales con los transportistas, lo que genera ahorros directos para sus clientes.

Mejora en la eficiencia y productividad

Los operadores logísticos especializados utilizan tecnologías avanzadas y procesos optimizados para gestionar las operaciones de la cadena de suministro de manera más efectiva.

Esto incluye la automatización de tareas repetitivas, la implementación de sistemas de gestión de inventarios y la optimización de la planificación de la demanda.

Al delegar estas funciones a un experto, las empresas pueden centrarse en su actividad principal, aumentando así su productividad global.

Flexibilidad y escalabilidad

En un entorno de mercado en constante cambio, la capacidad de adaptarse rápidamente a las fluctuaciones de la demanda es fundamental. Los operadores logísticos brindan una gran flexibilidad, permitiendo a las empresas ajustar sus operaciones según sea necesario sin tener que invertir en recursos o infraestructuras adicionales.

Esta flexibilidad es especialmente útil para las empresas que experimentan variaciones estacionales en su negocio o que están en proceso de expansión.

Acceso a redes globales

Colaborar con un operador logístico permite acceder a una extensa red de recursos y capacidades logísticas internacionales. Esto resulta especialmente ventajoso para las empresas que buscan entrar en nuevos mercados, ya que los operadores logísticos pueden facilitar la expansión gracias a su conocimiento local, su experiencia en el cumplimiento de normativas y sus relaciones con transportistas y proveedores en diversas partes del mundo.

Mejora en el servicio al cliente

La capacidad de entregar productos de manera rápida y confiable es crucial para la satisfacción del cliente. Los operadores logísticos optimizan las operaciones en la

cadena de suministro, lo que se traduce en tiempos de entrega más rápidos y mayor precisión en los pedidos.

Además, la visibilidad en tiempo real y el seguimiento de los envíos permiten a las empresas proporcionar a sus clientes información actualizada sobre el estado de sus pedidos.

Enfoque en la sostenibilidad

Muchos operadores logísticos están adoptando prácticas sostenibles en sus operaciones, lo que permite a las empresas reducir su impacto ambiental. Esto incluye la optimización de rutas para disminuir las emisiones de CO₂, el uso de embalajes ecológicos y la implementación de estrategias de logística inversa.

Al asociarse con un operador logístico que prioriza la sostenibilidad, las empresas no solo contribuyen al cuidado del medio ambiente, sino que también cumplen con las expectativas de los consumidores y las regulaciones gubernamentales.

Recomendaciones de Operadores Logísticos

Según el sitio web Transporte.mx (2023), éstas son las 9 mejores empresas de logística en México.

Penske Logistics México

Actualmente, emplea a aproximadamente 2,600 personas en México y atiende a una variedad de fabricantes de equipo original (equipment manufacturers, OEM) y proveedores de primer nivel dentro de la industria automotriz.

Contacto

Oficinas: Calle Antonio Dovali Jaime n.º 70 Torre A 9º piso

Col. Santa Fe, México D.F. CP 01210 México

Teléfono: 01 8000 PENSKE (736753)

Sitio web: <https://www.penskelogistics.com/mexico/es>

Fax: +52-844-434-5698.

Mimpo Global Logistics

Es un Operador Logístico Global y Freight Forwarder, además de uno de los principales agentes de aduanas en México desde el año 2000. Cuenta con oficinas y almacenes en México, Estados Unidos, España, China y Hong Kong, entre otros, además de una red de agentes internacionales dedicados en todo el mundo.

Contacto

Oficina central: Av. Jose Vasconcelos 105, Piso 9 Oficina 903, Col Hipódromo, CP 06100 Alcaldía Cuauhtémoc. Ciudad de México.

Teléfono: +52 55 1113 7984.

Email: sales.mx@mimpo.com

Sitio web: <https://www.mimpo.com/index.php>

Radar Customs & Logistics

Posee una amplia experiencia en la exportación e importación de todos los diferentes tipos de materias y artículos, y tiene 8 patentes propias, con cobertura de aduanas en todo el país.

Contacto

Oficinas: Bosque de Duraznos 55, Piso 3. Col. Bosques de las Lomas. Alcaldía, Miguel Hidalgo, Ciudad de México, C.P. 11700

Teléfono: +52 1 55 5453 9136 (Atención de 09:00 - 18:00 HRS)

Sitio web: <https://www.radarholding.com/>

Onest Logistics

Se especializa en distribución, almacenaje, cruce de andén y logística inversa. La empresa tiene 500 mil m2 de capacidad instalada, 4 mil empleados en todo México y más de 22,800 de cajas embarcadas por mes.

Contacto

Oficina central: Autopista México Querétaro KM. 34.5 Nave 5 Col. San Isidro Cuautitlán Izcalli, Estado de México C.P. 54730

Teléfono: (55) 5010 5800 Teléfono de ventas: (55) 6970 0936 (Lunes a viernes de 09:00 - 18:00 HRS)

Sitio web: www.onestlogistics.com

Eternity Group México

Es el freight forwarder más importante en la ruta Asia-México. Ofrece servicios para operaciones logísticas y transporte internacional, razón por la cual decidió en 2017 abrir su operación propia en México.

Contacto

Oficinas: Insurgentes 1605 Piso 23. Col. San José Insurgentes. C.P. 03900, Ciudad de México.

Teléfono: 00525578264462

Email: info@eiffmx.com

Sitio web: <https://www.eiffmx.com/>

Ryder

Es un proveedor de logística para la cadena de suministro que ofrece soluciones en almacenaje y distribución, logística de transporte, logística inversa y tecnología. Posee más de 350 ingenieros, 8 millones m2 de espacio de almacén administrado y 10.7 millones de dólares en movimientos de carga a nivel global.

Contacto

Sede Ciudad de México: Av Vasco de Quiroga No 3200, Piso 2, Col. Zedec Santa Fe, Álvaro Obregón, 01210, CDMX

Teléfono: 55 5261 8400

Sitio web: <https://www.ryder.com/es-mx>

FWD Logística

Se especializa en desarrollar soluciones en la cadena de suministro, utilizando la tecnología como un medio para conectar a clientes y transportistas. Eso los ha llevado a mantener un crecimiento exponencial reflejado en la apertura de su filial Fwd Logistics Inc, en Estados Unidos, así como la apertura de nuevas oficinas en México.

Contacto

Teléfono: + 52 (81) 1968 5060

Email: info@fwdlogistica.com

Sitio web: <https://fwdlogistica.com/>

DHL

Es el líder global en la industria logística. Se especializa en envíos internacionales, servicios de mensajería y transporte. Su división DHL Express México cuenta con equipo de expertos en negocios, comercio electrónico y logística.

Contacto

Teléfono: +52 (55) 3003 2600

Sitio web: <https://www.dhl.com/mx-es/home/supply-chain.html>

Estafeta Mexicana

Ofrece soluciones logísticas, LTL Carga y mensajería y paquetería. Cuenta con 12,412 colaboradores, 129 centros de distribución, 3 hubs logísticos, 33 almacenes estratégicos y 1,800 puntos de contactos con el cliente.

Contacto

Oficinas: Av. José Vasconcelos no. 105, Piso 4. Col. Hipódromo Condesa, Deleg. Cuauhtémoc 06170 Ciudad de México. Ciudad de México. México

Teléfonos: 55 527 08300 o 01800(3782338)

Sitio web: <https://www.estafeta.com/supply-chain>

Criterios para seleccionar proveedores confiables y eficientes.

1. Certificaciones

Verificar si el proveedor cuenta con las certificaciones necesarias para garantizar la calidad de sus productos o servicios, y se debe considerar si estos certificados son válidos internacionalmente y cumple con los estándares de calidad y seguridad dentro de la industria, además de verificar la vigencia de estas.

Regularmente, los proveedores deberán de contar con las siguientes normativas:

ISO 9001. Que establece los requisitos necesarios para un sistema de gestión de calidad eficiente.

ISO 14001. Con la cual se garantiza un sistema de gestión ambiental óptimo.

ISO 4500. Esta normativa ayuda a determinar los requisitos necesarios para un buen sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo.

2. Procesos

Analizar los procesos internos del proveedor, que incluyen su sistema de producción, control de calidad y gestión logística, te permitirá identificar posibles cuellos de botella,

ineficiencias y áreas de mejora en los procesos del proveedor. Al hacerlo, podrás determinar si este será capaz de cumplir con tanto con la calidad, como con los plazos de entrega exigidos.

3. Personal especializado

Otro factor fundamental para evaluar es que tu posible proveedor cuente con personal altamente capacitado y especializado, con ello estarás seguro de que podrán atender las necesidades de tu empresa, y serán capaces de adaptarse a las necesidades que puedan existir o surgir en el mercado.

4. Capacidad financiera

Analizar la situación financiera del proveedor te ayudará a saber su capacidad de solvencia y su estabilidad económica. Cuando un proveedor cuenta con los recursos financieros necesarios, garantizará que podrá cumplir con las obligaciones que tenga con su cliente.

5. Reputación y experiencia

Investiga la reputación del proveedor en el mercado y su experiencia en el sector, recopila referencias y opiniones de otros clientes que hayan trabajado con él. De igual forma, indaga sobre su trayectoria, su capacidad de respuesta, e incluso evalúa su ubicación geográfica, para determinar si es rentable en costo-beneficio.

6. Precios

El precio es una cuestión clave al momento de seleccionar a un proveedor, en ocasiones un costo muy bajo podría indicar que la calidad o material del insumo pueda verse

comprometido, analizar costos nos puede ayudar a encontrar una mejor opción en el mercado.

Analiza precios por unidad, costo por volumen de compra, si existen descuentos comerciales, si el proveedor ofrece pagos a plazos, así como las políticas de devolución.

7. Formas de pago

Evaluar las diversas opciones de pago que el proveedor ofrece y verificar si se alinean con las políticas y requerimientos de la empresa.

8. Documentación de la evaluación

Documenta toda la información recopilada sobre tu proveedor, ya que esto te brindará una mayor claridad al momento de tomar la decisión correcta. Establece criterios claros en esta documentación y considera si el proveedor ofrece informes que permitan monitorear tus operaciones comerciales.

Sistema formal de evaluación de proveedores:

Implementar un sistema formal de evaluación de proveedores ofrece múltiples beneficios, incluyendo la identificación de los mejores socios comerciales, la reducción de riesgos y la mejora continua en los procesos de adquisición. (Conekta, 2023)

Si buscas implementar un sistema de evaluación de proveedores en tu empresa, se recomienda comenzar por definir criterios claros y específicos que alineen con los objetivos y necesidades de la organización, la cuales puedes realizar a través de los siguientes métodos:

Método categórico. Clasifica la información en categorías específicas, para posteriormente realizar una comparativa de datos.

Método de puntos ponderados. Se caracteriza por asignar valores numéricos a diferentes criterios o categorías, permitiendo una comparación cuantitativa.

Método de la relación de costos. Se utiliza para calcular el costo total de la producción, y considera tanto gastos directos como indirectos, y el proveedor con el mejor coste neto, que también refleje calidad, será el elegido.

Palets

1. ¿Qué es un Pallet?

El pallet, también conocido como **palet, paleta o palé**, es una plataforma rígida diseñada para apilar mercancías de manera uniforme. Estos armazones permiten transportar la carga dentro de almacenes o centros de distribución mediante carretillas elevadoras o transpaletas (AR Racking, s.f.).

2. Tipos de Pallets

Según sus Dimensiones

1. Europaleta:

- **Dimensiones:** 1200x800 mm.
- **Material:** Madera (11 tablas, 9 tacos, 78 clavos).
- **Peso:** 25 kg.

- **Carga segura en movimiento:** 1500 kg.
- **Carga estática:** 5500 kg.
- Regulado por la Asociación Europea de Palés (EPAL), es el pallet más utilizado en Europa. Sus dimensiones están diseñadas para optimizar el espacio en vagones y contenedores (AR Racking, s.f.).

2. Pallet americano:

- **Dimensiones:** 1200x1000 mm.
- **Peso:** 25 kg.
- **Carga segura en movimiento:** 1500 kg.
- **Carga estática:** 6000 kg.
- Es común en América y Japón, también conocido como **pallet universal** o **isopallet** (AR Racking, s.f.).

3. Otras medidas estándar ISO:

- 1016x1219 mm, 1165x1165 mm, 1067x1067 mm y 1100x1100 mm.
- Aunque menos utilizadas, estas dimensiones ofrecen opciones adicionales según las necesidades logísticas (AR Racking, s.f.).

Según el Número de Entradas

1. Pallet de 4 entradas:

- Permite el acceso por cualquiera de sus lados, lo que facilita su manejo (AR Racking, s.f.).

2. Pallet de 2 entradas:

- Solo permite acceso por dos lados opuestos, ofreciendo menos movilidad (AR Racking, s.f.).

Según su Material de Fabricación

1. Pallet de madera:

- **Ventajas:** Resistencia, precios competitivos, capacidad de reparación y reciclaje.
- **Desventajas:** Susceptibles a daños estructurales, difícil limpieza y desinfección.
- Regulados por la Normativa NIMF 15 (ISPM 15 en inglés), los pallets de madera deben ser tratados para prevenir plagas (AR Racking, s.f.).

2. Pallet de plástico:

- **Ventajas:** Ligereza, facilidad de limpieza y mayor durabilidad. 100% reciclables.
- **Desventajas:** Más caros, sensibles a deformaciones y sin opción de reparación si se dañan (AR Racking, s.f.).

Pallet de metal:

- **Ventajas:** Alta resistencia, larga vida útil, soporta cargas pesadas.
- **Desventajas:** Pesados y con mayores costos de transporte (AzR Racking, s.f.).

Pallet de cartón:

- **Ventajas:** Económicos, ligeros y reciclables.
- **Desventajas:** Único uso y limitado para cargas ligeras (AR Racking, s.f.).

Cómo apilar cajas adecuadamente en palets

La correcta disposición de las cajas en un palet es clave para garantizar la seguridad de la carga, optimizar el espacio disponible y mejorar la eficiencia logística. (Bioglobal Ecologic, 2024).

Importancia de una Correcta Colocación

Colocar las cajas de manera eficiente en un palet reduce el riesgo de accidentes, daños a los productos y pérdidas económicas. Además, garantiza una mejor estabilidad de la carga durante el transporte y almacenamiento, maximizando la capacidad del medio de transporte y minimizando los costos logísticos (Bioglobal Ecologic, 2024).

Preparación previa para el estibado de Cajas

1. Verificar las cajas para seleccionar el palet adecuado:

Evalúa las dimensiones y pesos de las cajas para determinar el tipo de palet necesario. Es crucial que las cajas no sobresalgan del palet y que el peso total sea soportado por el mismo (Bioglobal Ecologic, 2024).

2. Organizar las cajas por tamaño y peso:

Clasifica las cajas más pesadas para colocarlas en la base del palet y las más ligeras en la parte superior. Esto garantiza una mejor distribución del peso y estabilidad de la carga (Bioglobal Ecologic, 2024).

3. Utilizar materiales de embalaje adecuados:

Materiales como film stretch, cintas de embalaje y protectores de esquinas aseguran la carga y previenen movimientos o daños durante el transporte (Bioglobal Ecologic, 2024).

Pasos para colocar las cajas de forma efectiva

1. Seleccionar el patrón de apilamiento adecuado:

El patrón de apilamiento más común es el apilamiento en bloque, ya que permite una distribución uniforme del peso y optimiza el espacio disponible (AR Racking, s.f.).

2. Rellenar espacios vacíos:

Utiliza materiales de relleno como papel kraft o almohadillas de aire para evitar movimientos durante el transporte (AR Racking, s.f.).

3. Asegurar las cajas:

Envuelve la carga con film stretch o cintas de embalaje, asegurándote de proporcionar suficiente tensión para prevenir desplazamientos durante el manejo y transporte (AR Racking, s.f.).

Consejos Adicionales para Optimizar el Apilamiento

Considerar la altura máxima permitida:

Verifica las especificaciones del medio de transporte (camión o contenedor) para no exceder las capacidades de altura, ancho y largo (Bioglobal Ecologic, 2024).

Priorizar la seguridad:

Mantén el enfoque en garantizar la calidad y estabilidad de la carga, minimizando riesgos tanto para los productos como para el personal logístico (Bioglobal Ecologic, 2024).

Paletizado en contenedores

¿Qué es un contenedor?

Un contenedor, también llamado cubicaje o container, es un recipiente de carga utilizado para almacenar productos y transportarlos mediante diferentes medios, como camiones, trenes y barcos. (NASA Pack, s.f.). Estos contenedores permiten optimizar el transporte y pueden clasificarse en dos tipos principales:

Contenedor completo o FCL (Full Container Load): Se usa exclusivamente para la mercancía de un solo cliente, ideal para grandes volúmenes de carga.

Contenedor compartido o LCL (Less Container Load): El espacio del contenedor se comparte con mercancías de otros proveedores, siendo una opción más económica para pequeñas cargas.

Capacidades de los contenedores según sus medidas:

1. Contenedor de 20 pies:

- Puede contener hasta 10 pallets estándar.
- En transporte marítimo, tiene capacidad para entre 9 y 11 pallets estándar por fila, o 11 europallets por fila. (NASA Pack, s.f.).

2. Contenedor de 40 pies:

- Permite transportar hasta 22 pallets estándar.
- En transporte marítimo, puede contener entre 20 y 21 pallets estándar por fila, o entre 23 y 24 europallets por fila. (NASA Pack, s.f.).

Es importante considerar las dimensiones internas del contenedor, el material del embalaje que se usará para proteger la mercancía, y la experiencia del personal encargado de cargarlo, para optimizar el espacio y garantizar la seguridad de los productos durante el transporte.

Contenedores

Tipos de contenedores

Contenedores Marítimos:

Un contenedor marítimo es un recipiente de almacenamiento estándar utilizado para el transporte de mercancías por mar.

Tipo de Contenedor	Descripción	Recomendaciones de Productos
Contenedor Estándar (Dry Van)	Es el contenedor más común, completamente cerrado y sin ventilación. Puede ser de 20 pies o 40 pies de largo.	Ropa, electrónicos, maquinaria, productos manufacturados, productos no perecederos.
Contenedor Reefer (Refrigerado)	Contenedor con sistema de refrigeración para mantener temperaturas controladas. Se usa para transportar productos que requieren frío.	Alimentos perecederos (frutas, verduras, carne, productos lácteos), flores, productos farmacéuticos.
Contenedor Open Top	Contenedor sin techo fijo, cubierto por una lona que se puede retirar. Ideal para cargas de gran volumen o que no caben en contenedores cerrados.	Maquinaria pesada, materiales de construcción, productos de gran volumen como bobinas o madera.
Contenedor Flat Rack	Contenedor sin paredes ni techo, con una base plana. Se utiliza para productos voluminosos o con formas irregulares.	Vehículos, maquinaria pesada, y productos con dimensiones grandes como piezas de barcos o estructuras metálicas.
Contenedor High Cube	Similar al contenedor estándar, pero con una altura extra de 30 cm. Ofrece más espacio en el interior, ideal para cargas voluminosas y ligeras.	Ropa, electrónicos, productos de consumo masivo, muebles, productos no perecederos.
Contenedor de Plataforma (Platform)	Es un contenedor plano, sin paredes ni techo, utilizado para cargas pesadas y voluminosas que no encajan en contenedores estándar.	Carga sobredimensionada, como maquinaria, equipo industrial, vehículos y otras cargas de gran tamaño.
Contenedor Ventilado	Contenedor con sistemas de ventilación para cargas que requieren circulación de aire	Café, cacao, productos agrícolas como granos o especias, materiales

	para evitar humedad o daños.	susceptibles a moho o humedad.
Contenedor Tank	Contenedor diseñado para el transporte de líquidos a granel. Tiene una estructura especial para soportar líquidos a alta presión o temperatura.	Productos químicos líquidos, petróleo, productos farmacéuticos líquidos, jugos, aceites y otros líquidos industriales.
Contenedor Doble Piso	Contenedor con dos niveles de estanterías dentro para maximizar el espacio de carga, ideal para productos ligeros y de bajo volumen.	Ropa, calzado, textiles, electrodomésticos, productos en cajas pequeñas.
Contenedor Open Side	Contenedor con paredes que pueden abrirse lateralmente, lo que facilita la carga y descarga en productos que no pueden ser cargados por la parte superior.	Productos que requieren un acceso lateral, como papel, productos de grandes dimensiones o maquinaria que necesita acceso directo.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de (*Transporte Marítimo - TIBA, 2024*)

Contenedores Aéreos:

Tipo de Contenedor Aéreo	Descripción	Recomendaciones de Productos
Contenedor LD3 (A) / ULD (Unit Load Device)	Contenedor estándar de 1.53 x 1.57 m (50 x 53 pulgadas), comúnmente utilizado en aeronaves de carga y pasajeros. Puede ser de plástico o aluminio.	Electrónica, ropa, piezas pequeñas, medicamentos, cosméticos, productos no perecederos, alimentos empaquetados.
Contenedor LD7	Contenedor grande con capacidad para 7 palets de carga, utilizado principalmente en aviones de carga de gran capacidad.	Carga volumétrica, equipos pesados pero compactos, productos industriales, maquinaria pequeña.
Contenedor PMC (Pallet Maindeck Cargo)	Palets con una estructura de contenedor que se utilizan para la carga a nivel de	Ropa, equipos electrónicos, productos manufacturados, carga paletizada de cualquier

	bodega principal. Están cubiertos por una lona o material rígido.	tipo que no sea demasiado grande.
Contenedor AKE	Contenedor metálico con capacidad de carga de hasta 1.5 toneladas. Usado principalmente para aviones de carga de tamaño medio y aviones de pasajeros.	Productos electrónicos, textiles, productos farmacéuticos, piezas de automóviles, ropa.
Contenedor AAL	Contenedor con estructura más pequeña, usado en aviones más pequeños o para cargas de peso liviano y volumen reducido.	Ropa, accesorios, equipos de oficina pequeños, cosméticos, piezas de repuesto.
Contenedor PAG	Contenedor de carga especial utilizado para productos peligrosos o con requisitos específicos de seguridad y manejo.	Productos químicos, líquidos inflamables, materiales peligrosos (pinturas, gases comprimidos, etc.).
Contenedor RKN	Contenedor refrigerado que permite el transporte de productos sensibles a la temperatura, con una capacidad de hasta 2.2 toneladas.	Alimentos perecederos, productos farmacéuticos, vacunas, flores, productos de laboratorio que requieren temperatura controlada.
Contenedor FLA	Contenedor de carga con una base plana y sin estructura rígida. Suelen ser utilizados para artículos grandes o que no caben en los contenedores estándar.	Carga de gran tamaño o que no se puede acomodar en un contenedor rígido (muebles, maquinaria pesada, partes de vehículos).
Contenedor RLP	Contenedor para productos en forma de palets, con un diseño plano. Están destinados para carga a granel o voluminosa.	Carga a granel, como productos agrícolas, maquinaria pesada, artículos voluminosos que no necesitan estar sellados.
Contenedor AV	Especialmente diseñado para el transporte de animales vivos, con ventilación y espacios adecuados.	Animales vivos (como aves, cerdos, caballos, animales pequeños enjaulados), productos que requieren un ambiente especial.

Fuente: Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de (GLINT CARGO - Glint, 2023)

Contenedor Terrestre:

Tipo de Contenedor	Descripción	Recomendaciones de Productos
Contenedor Estándar (Dry Van)	Contenedor cerrado de acero o aluminio, utilizado para el transporte de carga general. No tiene sistema de refrigeración ni características especiales.	Ropa, maquinaria, equipos electrónicos, productos manufacturados, herramientas, productos de consumo masivo.
Contenedor Refrigerado (Reefer Trailer)	Contenedor con sistema de refrigeración para mantener una temperatura controlada durante el transporte. Ideal para productos perecederos o sensibles a la temperatura.	Alimentos perecederos (carne, frutas, vegetales), productos farmacéuticos, flores, productos lácteos, productos congelados.
Contenedor Open Top	Contenedor sin techo rígido, cubierto por una lona, que permite la carga y descarga de productos de gran tamaño o irregulares.	Maquinaria pesada, materiales de construcción, productos voluminosos como bobinas de metal, madera, equipos industriales.
Contenedor de Plataforma (Flatbed)	Contenedor sin paredes ni techo, con una base plana. Ideal para transportar productos grandes o pesados que no caben en un contenedor cerrado.	Vehículos, maquinaria pesada, materiales de construcción, productos sobredimensionados, estructuras metálicas, equipos industriales.
Contenedor Sobredimensionado (Oversized Load)	Remolque diseñado para transportar cargas que exceden las dimensiones estándar. Requiere permisos especiales para el transporte.	Maquinaria industrial pesada, equipos de construcción, piezas grandes de vehículos, estructuras metálicas, generadores.
Contenedor Tanker (Cisterna)	Remolque especializado para el transporte de	Combustibles, productos químicos líquidos, aceites,

	líquidos a granel, tanto peligrosos como no peligrosos, con un sistema hermético.	jugos, leche, productos de la industria petroquímica, agua.
Contenedor Lowboy (Bajo Perfil)	Remolque de bajo perfil que permite el transporte de cargas extremadamente pesadas o grandes. Utilizado para productos que requieren un transporte especial.	Maquinaria pesada, equipos grandes de construcción, vehículos pesados, transformadores, grúas.
Contenedor de Carga Frontal (Gooseneck)	Remolque con una parte delantera inclinada que facilita la carga y descarga de productos pesados desde el frente.	Equipos industriales pesados, maquinaria agrícola, vehículos grandes, componentes de gran volumen.
Contenedor de Carga Abierta (Open Cargo)	Remolque sin cerramientos laterales o superiores. Usado para productos que no requieren protección contra el clima, adecuados para cargas grandes y pesadas.	Maderas, materiales de construcción, productos irregulares o grandes, estructuras metálicas.
Contenedor de Carga Paletizada	Carga organizada en palets para facilitar el proceso de carga y descarga, optimizando espacio y velocidad, generalmente utilizado en el transporte internacional.	Productos paletizados como electrodomésticos, ropa, textiles, productos de consumo masivo, productos electrónicos.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de (Transporte, 2024)

Contenedores Ferroviarios:

Tipo de Contenedor Ferroviario	Descripción	Recomendaciones de Productos
Contenedor Estándar (Dry Van Rail)	Contenedor cerrado, de acero o aluminio, utilizado para transporte terrestre por ferrocarril de productos	Ropa, maquinaria, productos electrónicos, artículos de consumo, productos de uso diario, herramientas.

	generales que no requieren temperatura controlada.	
Contenedor Refrigerado (Reefer Rail)	Contenedor con sistema de refrigeración incorporado, utilizado para transportar productos que requieren control de temperatura.	Alimentos perecederos (carne, lácteos, frutas, vegetales), productos farmacéuticos, flores, productos congelados.
Contenedor Open Top Ferroviario	Contenedor sin techo rígido, cubierto por una lona, utilizado para transportar productos de gran tamaño o forma irregular que no caben en contenedores cerrados.	Maquinaria pesada, materiales de construcción, productos voluminosos, bobinas de metal, equipos industriales.
Contenedor Platform Rail	Contenedor de plataforma plana, sin paredes ni techo, utilizado para transportar productos grandes, pesados o de forma irregular que requieren un soporte plano.	Vehículos, maquinaria, materiales de construcción, equipos grandes de infraestructura, estructuras metálicas.
Contenedor de Carga Sobredimensionada	Contenedor especial para cargas que exceden las dimensiones estándar, utilizado para el transporte de productos grandes y pesados. Requiere permisos especiales.	Maquinaria industrial pesada, piezas de vehículos grandes, transformadores, grúas, estructuras metálicas de gran tamaño.
Contenedor Tanque Ferroviario	Remolque especializado para el transporte de líquidos a granel, diseñado para líquidos peligrosos o no peligrosos.	Combustibles, productos químicos líquidos, aceites, jugos, leche, productos de la industria petroquímica, agua.
Contenedor Lowboy Ferroviario	Contenedor de bajo perfil para cargas pesadas o de gran tamaño que requieren un transporte especial debido a su peso o dimensiones.	Maquinaria pesada, equipos de construcción, vehículos grandes, generadores, transformadores.
Contenedor de Carga Paletizada Ferroviario	Contenedor diseñado para cargas organizadas en palets, ideal para facilitar la carga y descarga rápida en estaciones y puertos.	Productos paletizados como electrodomésticos, alimentos empaquetados, ropa, textiles, productos electrónicos.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de (transportemx, 2015)

¿Cómo elegir el empaque adecuado?

Criterio	Tipo de Producto	Tipo de Empaque Adecuado	Recomendación
Fragilidad	Vidrio, cerámica, productos electrónicos, equipos delicados.	Caja de cartón con refuerzos, espuma, madera, plástico moldeado.	Usar materiales de protección como burbujas, polietileno o cartón reforzado.
Perecibilidad	Alimentos frescos, flores, medicamentos refrigerados.	Caja con aislamiento térmico, contenedor refrigerado, geles refrigerantes.	Seleccionar empaques que mantengan la temperatura controlada (e.g., REEFER en marítimo).
Tamaño y peso	Maquinaria, equipos grandes, productos voluminosos.	Contenedor paletizado, madera contrachapada, caja metálica.	Usar palets y cajas robustas, preferentemente de madera o metal, dependiendo de las dimensiones.
Seguridad	Productos electrónicos, artículos de lujo, herramientas.	Caja con sellos de seguridad, bolsa antirrobo, empaques con etiquetas de seguridad.	Asegurar el producto con sellos y etiquetas de seguridad para evitar robos y manipulaciones.
Carga a granel	Granos, líquidos, químicos, minerales.	Contenedor a granel (bulk), saco de polietileno, barriles, cajas plásticas.	Usar contenedores cerrados y aptos para la manipulación del producto sin pérdidas o contaminaciones.

Condiciones de almacenamiento	Productos sensibles a humedad (ropa, papel, madera).	Cajas con desecantes, materiales impermeables, envoltura plástica.	Utilizar empaques que protejan de la humedad y el moho, como bolsas selladas o envoltorios plásticos.
Distancia de transporte	Productos a largo plazo (internacional), cargas rápidas.	Cajas rígidas, contenedores intermodales, bolsas con refuerzos.	Elegir empaques resistentes a largo transporte y condiciones extremas (en el caso de transporte marítimo o aéreo).
Costo	Productos de bajo valor (ropa, juguetes, artículos no frágiles).	Caja estándar de cartón, envoltorio plástico.	Elegir empaques simples y económicos, siempre asegurando que ofrezcan protección básica.
Compatibilidad con contenedor	Productos de diferentes tamaños, carga intermodal.	Empaque modular, contenedor intermodal, bolsas reciclables.	Asegurarse de que el empaque sea adecuado para ser transportado en diversos tipos de contenedores (marítimo, terrestre, aéreo).
Requisitos medioambientales	Productos ecológicos, productos reciclables.	Materiales biodegradables, cajas de cartón reciclado, bolsas compostables.	Optar por empaques ecológicos y reciclables para reducir el impacto ambiental.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de (transportemx, 2015)

CAPÍTULO 7. MEDIOS DE TRANSPORTES

La exportación de bienes y servicios a nivel internacional requiere una infraestructura de transporte eficiente y confiable. Los medios de transporte para exportación son fundamentales en la cadena logística, ya que aseguran que los productos lleguen a su destino en tiempo y forma, manteniendo la calidad y minimizando costos. Existen cuatro medios principales de transporte utilizados en la exportación: marítimo, aéreo y terrestre. Cada uno ofrece ventajas y desventajas específicas según el tipo de carga, la distancia, los tiempos de entrega y los costos.

- 1- **Transporte Marítimo:** Es el más utilizado en el comercio internacional, especialmente para productos voluminosos o pesados, como materias primas y productos manufacturados a gran escala. Su costo es relativamente bajo en comparación con otros medios, aunque es más lento.
- 2- **Transporte Aéreo:** Ideal para productos de alto valor o perecederos que requieren rapidez en la entrega. Aunque es el medio más costoso, su rapidez compensa en ciertos casos, permitiendo una respuesta rápida al mercado y un menor riesgo de deterioro.
- 3- **Transporte Terrestre:** Principalmente usado para exportaciones dentro de un mismo continente o en regiones conectadas por carreteras, como entre países de América del Norte. Es flexible en cuanto a rutas y permite un acceso directo puerta a puerta.

La elección del medio de transporte adecuado depende de varios factores, como el tipo de mercancía, el presupuesto, el tiempo de entrega y la ubicación del mercado de destino.

1. Transporte Marítimo:

El transporte marítimo es ideal para grandes volúmenes, ya que permite manejar grandes cantidades a menor costo. Las compañías marítimas ofrecen opciones como contenedores completos (FCL) o de carga compartida (LCL), lo cual es conveniente para envíos de menor tamaño.

- Asia: Este mercado requiere rutas optimizadas y en algunos casos acuerdos con puertos importantes, como Shanghái y Singapur.
- Europa: Los puertos en Rotterdam y Hamburgo suelen ser puntos clave para la importación.
- Norteamérica: Los puertos de Los Ángeles y Long Beach son puntos de entrada comunes en Estados Unidos.

El transporte marítimo es una opción económica para envíos a larga distancia, especialmente cuando se manejan grandes volúmenes de mercancía. Aunque el tiempo de entrega es mayor, permite un ahorro considerable en costos.

- **Ventajas:**
- Costo por unidad: Menor, ideal para grandes volúmenes de carga.
- Variedad de contenedores: Contenedores de 20 o 40 pies, refrigerados para productos perecederos o especializados para mercancías peligrosas.

- Capacidad: Permite manejar cantidades grandes, desde materias primas hasta productos terminados.

- **Desventajas:**
 - Tiempo de entrega: Puede tardar de 15 a 60 días dependiendo de la distancia y rutas.
 - Demoras: Las regulaciones aduaneras y la congestión portuaria pueden causar demoras.

- **Rutas populares y puertos:**
 - Asia: Los puertos de Shanghái, Singapur y Shenzhen son clave. La ruta Asia-Europa, conocida como la Ruta Marítima de la Seda, conecta estos puertos con ciudades importantes europeas.
 - Europa: Rotterdam (Países Bajos), Hamburgo (Alemania) y Algeciras (España) son los principales puntos de entrada.
 - Norteamérica: Los puertos de Los Ángeles y Long Beach en EE. UU. Y el puerto de Manzanillo en México son centrales.

- **Empresas recomendadas:**
 - Maersk: Ofrece transporte global y servicios logísticos integrados para contenedores y carga especializada. Maersk: <https://www.maersk.com>

 - – MSC (Mediterranean Shipping Company): Proporciona soluciones personalizadas, ideal para quienes necesitan flexibilidad de rutas y tarifas

competitivas. MSC (Mediterranean Shipping Company): [<https://www.msc.com>]
(<https://www.msc.com>)

- – CMA CGM: Conectividad global con servicios adicionales para el seguimiento en tiempo real y cargas de alto valor. CMA CGM: <https://www.cma-cgm.com>

2. Transporte Aéreo:

El transporte aéreo es más costoso, pero es el más rápido para envíos internacionales. Se suele usar para productos de alto valor, como tecnología, moda o productos perecederos, donde la rapidez es crítica.

– Ventajas:

- Rapidez: Las entregas suelen tomar de 1 a 7 días.
- Menor riesgo de daño: Al tener menor manipulación de la carga.
- Eficiencia en aduanas: Los aeropuertos suelen tener procesos más rápidos en comparación con puertos marítimos.

- Desventajas:

- Costo elevado: Aproximadamente 5-6 veces más costoso que el marítimo, dependiendo del peso y el volumen.

- Limitación de volumen: Menos capacidad para cargas voluminosas o pesadas en comparación con el transporte marítimo.

- Principales Hubs y Rutas:

- Asia: Hong Kong y Singapur son centros de conexión para toda Asia y tienen vuelos directos hacia Europa y Norteamérica.

- Europa: Frankfurt (Alemania) y Ámsterdam (Países Bajos) ofrecen conexiones frecuentes y rápidas con América y Asia.

- Norteamérica: Los aeropuertos de Los Ángeles, Miami y Chicago son importantes hubs para exportación e importación.

Empresas Recomendadas:

- DHL Global Forwarding: Ofrece opciones rápidas para envíos de alto valor y soluciones de carga aérea personalizada. DHL Global Forwarding: [<https://www.dhl.com>] (<https://www.dhl.com>)

- -FedEx Trade Networks: Especializado en logística rápida para productos de alto valor con seguimiento y asistencia aduanera. FedEx Trade Networks: [<https://www.fedex.com>] (<https://www.fedex.com>)

- - UPS Supply Chain Solutions: Amplia gama de opciones para carga aérea, incluyendo envíos urgentes y seguros. UPS Supply Chain Solutions: [<https://www.ups.com>] (<https://www.ups.com>)

3- Transporte Terrestre

El transporte terrestre es una opción clave para la logística de exportación, especialmente para trasladar mercancías de manera eficiente en Norteamérica, Asia y Europa.

Ventajas

- Menor riesgo de daño: Al tener menor manipulación de la carga.
- Rapidez: Las entregas suelen tomar de 1 a 7 días.
- Eficiencia en aduanas: Los aeropuertos suelen tener procesos más rápidos en comparación con puertos marítimos.

Desventajas

- Zonas con mala infraestructura, como ciertas áreas de Asia o África, pueden presentar dificultades.
- Demoras por Factores Externos: Vulnerable a retrasos por tráfico, condiciones climáticas o problemas en las fronteras.

Rutas populares

- Asia: La logística terrestre en Asia depende de camiones y trenes, destacando la Nueva Ruta de la Seda para exportaciones.

-Europa: Europa cuenta con una red terrestre avanzada, destacando el transporte en camiones por la libre circulación en la UE y los ferrocarriles por su eficiencia y sostenibilidad, especialmente en Alemania, Francia e Italia

-Norteamérica: Norteamérica cuenta con una infraestructura robusta basada en camiones y ferrocarriles, impulsada por el T-MEC.

Empresas recomendadas:

-China Railway Group Limited (CREC): Empresa destacada en la construcción de infraestructuras ferroviarias en Asia. [<https://www.crecg.com/>]

-Deutsche Bahn (DB): Operador ferroviario líder en Europa, conocido por su eficiencia y sostenibilidad, especialmente en Alemania. [<https://int.bahn.de/>]

-Union Pacific: Compañía ferroviaria clave en Norteamérica, con una extensa red en Estados Unidos. Su operación es fundamental para el comercio regional y global, especialmente en el marco del T-MEC. [<https://www.up.com/index.htm>]

CAPÍTULO 8. ADAPTACIÓN A NUEVAS NORMATIVAS GLOBALES

ISO 14001:2015

La ISO 14001 es una norma que proporciona a las organizaciones los requisitos para un sistema de gestión ambiental (SGA) y un marco de referencia para proteger el medio ambiente con el objetivo de reducir su impacto ambiental y alcanzar un desarrollo sostenible equilibrando los pilares de la sociedad, medio ambiente y economía, así garantizando satisfacer las necesidades de la generación presente y futuras.

Esta norma contribuye al desarrollo sostenible de una organización por medio de:

- La protección ambiental a través de la previsión y la disminución de los efectos de los impactos ambientales
- Soporte en el cumplimiento de los requisitos legales y otros requisitos
- Control en los procesos del ciclo de vida de la producción del bien o servicio
- La comunicación de la información ambiental a las partes interesadas
- Beneficios financieros y operacionales debido a la implementación de medidas ambientales que apoyen a fortalecer el posicionamiento de la organización en el mercado

La norma ISO 14001 edición 2015 es válida a nivel internacional y puede ser empleado por cualquier organización indistintamente de su tamaño y sector.

Modelo PHVA

Esta norma basa el sistema de gestión ambiental en el modelo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) con ella se promueve la mejora continua del SGA.

Los elementos del modelo PHVA se refieren a:

- Planificar: Definir los objetivos, alcances y recursos del proyecto.
- Hacer: implementar los procesos según lo planificado.
- Verificar: Monitorear y evaluar el progreso del proyecto en relación con los objetivos y planes establecidos.
- Actuar: emprender acciones para mejorar continuamente.

Cláusulas de la ISO 14001

Las cláusulas son los apartados principales que estructuran los requisitos que una organización debe cumplir para implementar un sistema de gestión ambiental efectivo.

Cláusula 1: Alcance

Define el alcance de la norma y su aplicación en la organización.

Cláusula 2: Referencias normativas:

Enumera las normas y documentos que se utilizan como referencia en la norma.

Cláusula 3: Términos y definiciones:

Define los términos y conceptos utilizados en la norma.

Cláusula 4: Contexto de la organización

Primero se debe determinar las cuestiones externas e internas intervienen para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión ambiental.

Las cuestiones externas para considerar son:

- Clima
- Calidad de aire y agua
- Contaminación
- Disponibilidad de recursos naturales
- Biodiversidad

Las cuestiones internas son:

- Actividades
- Dirección estratégica
- Cultura
- Capacidades (personas, procesos, sistemas y conocimiento)

Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas

1. Identificar las partes interesadas (clientes, proveedores, entes reguladores, organizaciones no gubernamentales, inversionistas, empleados) que son pertinentes al SGA
2. Determinar sus necesidades y expectativas
3. Identificar cuales se convierten en obligaciones de cumplimiento (requisitos legales y otros requisitos)

Determinación del alcance del sistema de gestión ambiental

La definición de los límites (físicos y organizacionales) y la aplicabilidad del sistema de gestión ambiental. El alcance se debe mantener como información documentada y debe estar disponible para las partes interesadas.

Se debe considerar:

- Cuestiones internas y externas
- Requisitos legales y otros requisitos
- Actividades, producto o servicio
- Su autoridad y su capacidad de ejercer control e influencia

Sistema de gestión ambiental:

La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión ambiental, este es un conjunto de políticas, procesos y prácticas que una organización implementa para gestionar sus aspectos ambientales de manera sistemática.

Cláusula 5:Liderazgo:

La alta directiva debe tener un alto grado nivel de compromiso ante el sistema de gestión ambiental, expresada a través de:

- Respalda la compatibilidad de la política y objetivos ambientales ante la dirección estratégica
- Garantizar la integración de los requisitos del SAG en los procesos de la organización
- Asegurar la disponibilidad de los recursos esenciales para SGA
- Monitorear que los resultados del SAG sean acorde a los objetivos
- Dirigir y apoyar al personal encargada de la eficacia del SGA
- Promover la mejora continua

Política ambiental

Una política ambiental es un conjunto de principios establecidos como compromisos, en los cuales la alta dirección establece las intenciones de la organización para apoyar y mejorar su desempeño ambiental.

La alta dirección tiene el deber de establecer, implementar y mantener una política ambiental respecto al alcance del sistema de gestión ambiental, esta debe ser comunicada dentro de la empresa, encontrarse como información documentada y la parte interesadas deben tener acceso a ella.

Una política ambiental debe:

- Ser congruente con el contexto de la organización
- Indicar un marco de referencia para establecer los objetivos ambientales
- Centrar su compromiso en la protección del medio ambiente
- Incluir el compromiso de cumplir en todas las obligaciones de los requisitos
- Incluir el compromiso de la mejora continua del SAG

Roles, responsabilidades y autoridades en la organización

El representante de la alta dirección tiene la tarea de comunicar y designar las responsabilidades y autoridades dentro de la empresa con el objetivo de:

- asegurar de que el sistema de gestión ambiental es correspondiente con los requisitos de esta Norma Internacional
- informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión ambiental, incluyendo su desempeño ambiental.

Cláusula 6: Planificación

Acciones para abordar riesgos y oportunidades

La organización debe establecer, implementar y mantener los procesos necesarios para cumplir ciertos requisitos, para esto es necesario identificar los riesgos y oportunidades relacionados con los aspectos ambientales, requisitos legales y otros requisitos, planificación de acciones, objetivos ambientales y planes para lógralos.

Aspectos ambientales

La organización debe determinar los elementos de sus actividades, bien o servicios que interactúan directa o indirecta con el medio ambiente de las cuales la empresa tiene el control o puede influir en ellas, así, como identificar sus impactos ambientales, analizado desde una perspectiva de ciclo de vida ,estas etapas incluyen la adquisición de insumos, el diseño, la producción, el transporte, la entrega, el uso, el tratamiento al finalizar la vida y la disposición final del bien o servicio.

Los aspectos ambientales por considerar son:

- las emisiones al aire
- los vertidos al agua
- las descargas al suelo
- el uso de materias primas y recursos naturales
- el uso de energía
- la energía emitida (calor, radiación, vibración y luz)
- la generación de residuos

La organización debe mantener la información documentada.

Requisitos legales y otros requisitos

La organización debe:

- determinar y tener acceso a los requisitos legales y otros requisitos respecto con sus aspectos ambientales
- determinar cómo estos requisitos legales y otros requisitos se aplican a la organización.
- Integrar los requisitos legales y otros requisitos (obligaciones) cuando se establezca, implemente, mantenga y mejore continuamente el sistema de gestión ambiental.

Los requisitos legales obligatorios relacionados con los aspectos ambientales de una organización pueden incluir

- requisitos de entidades gubernamentales u otras autoridades pertinentes
- requisitos especificados en permisos, licencias u otras formas de autorización
- órdenes, reglas u orientaciones emitidas por los organismos de reglamentación

Planificación de acciones

Posteriormente que la organización identificó los riesgos y oportunidades, la alta dirección debe de planificar, integrar, implementar y evaluar la efectividad de acciones que le ayude en este apartado a la organización.

La toma de acción debe abarcar

- aspectos ambientales significativos
- el cumplimiento de obligaciones de los requisitos
- los riesgos y oportunidades identificados

Objetivos ambientales

Son metas específicas que una organización se propone para mejorar su desempeño ambiental y reducir el impacto de sus actividades en el entorno.

Cada organización debe disponer con objetivos ambientales en función con sus aspectos ambientales significativos, sus requisitos legales y otros requisitos y sus riesgos y oportunidades de la empresa. La organización debe conservar información documentada sobre los objetivos ambientales.

Los objetivos ambientales deben:

- ser coherentes y consistente con la política ambiental
- ser medibles
- ser objeto de seguimiento
- comunicarse
- ser actualizables

Planificación de acciones para alcanzar los objetivos ambientales.

Con el propósito de lograr sus objetivos ambientales, la organización de tomar en cuenta en su planificación:

- ¿Cómo se llevará a cabo?
- ¿Qué recursos se requieren?
- ¿Quién será la persona responsable?
- Establecer un periodo de tiempo para su finalización
- ¿Cómo se evaluarán los resultados?

Cláusula 7: Apoyo

Recursos

La empresa debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para establecer, implementar, mantener y mejorar de forma continua el sistema de gestión ambiental.

Los recursos pueden incluir:

- recursos humanos, naturales y financieros
- infraestructura
- tecnología

Competencia

La competencia se refiere a la capacidad, conocimientos y habilidades que el personal de una organización necesita para desempeñar tareas que afecten el desempeño ambiental de la empresa.

La organización debe:

- identificar las competencias necesarias del personal
- asegurar que tu personal cuente con las competencias establecidas, con base con una aptitud apropiada (educación, formación o experiencia apropiadas)
- tomar acciones para adquirir la competencia necesaria como la impartición de tutorías o la contratación de personal competente y evaluar la eficacia de las acciones tomadas.

Toma de conciencia

Personal de la empresa deben tomar conciencia de:

- la política ambiental

- los aspectos ambientales significativos, sus impactos ambientales reales y potenciales
- compromiso en la contribución a la eficacia del SGA
- Comprender las consecuencias de no cumplir con los requisitos del sistema de gestión ambiental

Comunicación

La organización debe establecer, implementar y mantener procesos para las comunicaciones internas y externas idóneas para el sistema de gestión ambiental, garantizando la recolección de información transparente, exacta, veraz y útil.

En los procesos de comunicación se debe determinar ¿Qué se va a comunicar?, ¿Cuándo se va a comunicar?, ¿A quién comunicar? y ¿Cómo se va a comunicar?

Comunicación interna

La organización debe:

1. Asegurar que todos los niveles de la organización estén informados sobre el sistema de gestión ambiental, sus roles y responsabilidades.
2. Asegurar que los procesos de comunicación permitan al personal que realizan trabajos bajo el control de la organización contribuir a la mejora continua.

Comunicación externa

La organización debe comunicar de forma externa la información pertinente para el sistema de gestión ambiental, siguiendo lo establecido por procesos de comunicación y los requisitos legales y otros requisitos de la organización.

Información documentada

El sistema de gestión ambiental debe incluir:

1. La información documentada requerida por esta norma internacional
2. Información documentada determinada por la organización

Creación y actualización:

En la creación y actualización de información documentada, la empresa debe asegurarse de:

- la identificación y descripción sea apropiada esto incluye el título, autor, fecha y número de referencia
- el correcto formato esto incluye idioma, versión del software y los gráficos
- los medios de comunicación sean los adecuados (físico o digital).
- la revisión y aprobación de los documentos

Control de la información documentada

La información documentada necesarias para el sistema de gestión ambiental y por esta norma requiere ser monitoreada y supervisada para asegurar:

- Su disponibilidad para su uso
- Que se encuentre protegida de forma adecuada

La empresa necesita ejecutar ciertas actividades para llevar el control de la información documentada, estas son:

- Almacenamiento

- Control de cambios
- conservación y disposición

Cláusula 8: Operación

Planificación y control operacional

La organización debe llevar a cabo un control de la planificación y evaluar las consecuencias de los cambios no deseados, adoptando medidas para minimizar los efectos adversos.

Dentro del alcance del sistema de gestión ambiental se debe definir:

- definir los controles considerando cada etapa de su ciclo de vida
- determinar sus requisitos ambientales para la compra de bienes y servicios
- comunicar los requisitos ambientales a los proveedores externos
- comunicar información referente a los impactos ambientales potenciales

Preparación y respuesta de emergencia

La organización debe:

- elaborar la planificación de acciones para prevenir o reducir los impactos ambientales ocasionados por situaciones de emergencia
- tener la capacidad de responder a situaciones de emergencia reales
- evaluar de manera periódica las acciones de respuesta planificadas
- proporcionar información y formación con relación a la preparación y respuesta ante emergencias a las partes interesadas

Clausula 9: Evaluación de desempeño

Seguimiento, medición, análisis y evaluación

Este paso consiste en monitorear los aspectos ambientales relevantes para el SGA y medir el desempeño de los procesos.

La organización debe:

- Determinar qué parámetros necesitan monitoreo y medición, como el consumo de energía, emisiones, residuos, etc.
- Establecer métodos de medición confiables y precisos.
- Analizar los datos obtenidos para evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas ambientales y detectar áreas de mejora.

Auditoría interna

Las auditorías internas son revisiones sistemáticas e independientes del SGA, realizadas periódicamente para evaluar la conformidad del sistema con los requisitos de la norma ISO 14001 y con las políticas internas de la organización. En esta etapa, se busca:

- Identificar no conformidades y áreas de mejora.
- Verificar que las acciones y procedimientos del SGA se implementan efectivamente.
- Asegurar la preparación para auditorías externas si se busca la certificación.

Revisión por la dirección:

La alta dirección de la organización revisa el desempeño del SGA, basándose en los datos del seguimiento y los resultados de la auditoría interna.

Esta revisión implica:

- Evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos y la efectividad general del SGA.
- Tomar decisiones sobre ajustes necesarios, establecer nuevos objetivos o asignar recursos adicionales.
- Facilitar la mejora continua del SGA, alineando el sistema con los cambios internos y los requisitos de partes interesadas.

Cláusula 10: Mejora

No conformidad y acción correctiva

Cuando la organización incumpla parcial o totalmente un requisito legal u otros requisitos, debe tomar medidas para controlar y corregir la situación, asegurando que no se repita en esa área ni en otras. Además, debe mitigar las consecuencias de dicho incumplimiento.

Para lograr esto se necesita seguir una serie de pasos:

1. Examinación de la no conformidad
2. Identificación de la causa
3. Determinar no conformidades similares
4. Implementar la acción correctiva
5. Evaluar su eficacia
6. Si es necesario modificar el SGA

Mejora continua

La organización debe estar en una constante búsqueda de mejora continua del sistema de gestión ambiental ya que esta es una herramienta clave para el óptimo desempeño ambiental.

Beneficios de la norma ISO 14001

La implementación de la norma ISO 14001, que establece un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), ofrece múltiples beneficios a las organizaciones. Estos pueden agruparse en ventajas ambientales, económicas, legales y competitivas. A continuación, se describen las principales:

Beneficios Ambientales

- **Reducción del impacto ambiental:** La norma ayuda a las empresas a identificar y controlar los aspectos ambientales significativos, reduciendo emisiones, residuos y el consumo de recursos.
- **Mejor uso de recursos naturales:** Promueve la eficiencia en el uso de agua, energía y materias primas, contribuyendo a la sostenibilidad.
- **Prevención de la contaminación:** Implementa medidas proactivas para evitar incidentes ambientales.

Beneficios Económicos

- **Reducción de costos:** Al optimizar recursos y minimizar residuos, se reducen costos operativos y de disposición de desechos.
- **Ahorro en multas:** Cumplir con la normativa ambiental disminuye el riesgo de sanciones legales y costos asociados a incumplimientos.

- **Acceso a incentivos fiscales:** En algunos países, las empresas certificadas pueden beneficiarse de programas de incentivos o subvenciones gubernamentales.

Beneficios Legales y Regulatorios

- **Cumplimiento normativo:** Garantiza que la empresa se adhiera a las leyes y regulaciones ambientales aplicables.
- **Reducción de riesgos legales:** Minimiza la exposición a demandas o sanciones por daños al medio ambiente.

Beneficios Competitivos y Reputacionales

- **Mejora de la imagen corporativa:** La certificación demuestra el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, mejorando su reputación ante clientes, socios y la comunidad.
- **Ventaja competitiva:** Es un diferenciador en el mercado, especialmente para empresas que trabajan con clientes o proveedores que valoran la sostenibilidad.
- **Facilidad para acceder a mercados internacionales:** Algunos mercados y grandes clientes exigen que sus proveedores cumplan con estándares ambientales.

Beneficios Operacionales

- **Estandarización de procesos:** Proporciona una estructura sistemática para identificar, gestionar y mejorar los procesos relacionados con el medio ambiente.
- **Fomento de la innovación:** Impulsa el desarrollo de soluciones sostenibles y tecnologías más limpias.
- **Participación de los empleados:** Mejora la cultura organizacional al involucrar a los empleados en iniciativas ambientales.

Beneficios Relacionados con los Grupos de Interés

- **Mayor confianza de las partes interesadas:** La certificación puede mejorar las relaciones con inversionistas, reguladores y la comunidad.
- **Atracción de talento:** Los trabajadores valoran cada vez más las empresas responsables y sostenibles, lo que puede atraer talento comprometido.

La implementación de la ISO 14001 no solo contribuye al medio ambiente, sino que también genera ahorros, mejora la competitividad y refuerza el cumplimiento normativo, posicionando a las empresas como líderes responsables en su sector.

Recomendaciones de la norma ISO 14001

- Verifica que los procesos de exportación cumplan con las legislaciones ambientales de los países de destino.
- Reduce la huella de carbono en la logística de exportación, utilizando embalajes sostenibles y optimizando rutas.
- Incluye en tu estrategia de marketing información sobre tus prácticas sostenibles respaldadas por la ISO 14001.
- Resalta tu certificación para generar confianza en mercados internacionales sensibles al medio ambiente.
- Trabaja con proveedores y socios logísticos que compartan un compromiso con la sostenibilidad.

Para mayor información de la ISO 14001 consultar:
https://www.teschi.edu.mx/acerca_del_tecnologico/marco_juridico/PDF/15.17.pdf

Protección de Datos

RGPD Unión Europea

La Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea establece obligaciones para las empresas que procesan datos personales de ciudadanos europeos, independientemente de dónde se encuentren las empresas.

Es importante que tu como empresa conozcas la importancia de cumplir con la RGPD algunas recomendaciones para que puedas cumplir con este reglamento son las siguientes:

La Identificación de datos personales procesados como lo son nombre, dirección, correo electrónico, datos financieros, etc.

También especificar cómo se recopilan, procesan, almacenan y comparten estos datos.

Otro punto fundamental es una Base legal de datos que verifiquen el consentimiento explícito del usuario y la obligación legal.

Y también asegúrate de que los clientes den un consentimiento explícito e informado antes de procesar sus datos. Aquí otros puntos importantes.

1. Identificación de datos personales procesados

- Listar los tipos de datos personales recolectados (nombre, dirección, correo electrónico, datos financieros, etc.).
- Especificar cómo se recopilan, procesan, almacenan y comparten estos datos.

2. Realización de un análisis de impacto

Si el tratamiento de datos puede implicar riesgos significativos para los derechos de los usuarios, realiza una Evaluación de Impacto de Protección de Datos (DPIA).

3. Bases legales para el tratamiento de datos

Verificar que el procesamiento de datos personales cumple con al menos una de las bases legales permitidas, como:

- Consentimiento explícito del usuario.
- Necesidad contractual.
- Obligación legal.

4. Diseñar políticas y procedimientos internos

- Crear una política de privacidad clara y transparente que explique cómo se manejan los datos personales.
- Implementar medidas de seguridad técnica (encriptación, firewalls) y organizativa (políticas de acceso).

5. Gestión del consentimiento

- Asegúrate de que los clientes europeos den un consentimiento explícito e informado antes de procesar sus datos.
- Registra y documenta estos consentimientos.

6. Nombramiento de un responsable de Protección de Datos (DPO)

Si tu empresa realiza un procesamiento masivo o especial de datos, considera designar un DPO.

7. Transferencia internacional de datos

- Garantiza que las transferencias de datos a México cumplan con las normas de la RGPD, como:
- Firmar cláusulas contractuales estándar (SCCs) aprobadas por la Comisión Europea.
- Comprobar que tu país (México) ofrece un nivel adecuado de protección o implementar salvaguardas adicionales.

Clausulas	Obligaciones
Cláusula de protección de datos en contratos con terceros	Capacitación del personal
Cláusula de consentimiento	Confidencialidad
Declaración de confidencialidad para el personal	Nombramiento de un responsable de protección de datos

NorteAmerica

Estados Unidos

Comisión Federal de Comercio (FTC)

La FTC actúa como el principal organismo regulador para proteger a los consumidores y garantizar prácticas justas en el comercio. Regula las prácticas de privacidad mediante

la aplicación de leyes y emite sanciones contra empresas que incumplen sus políticas de privacidad o violan los derechos de los consumidores.

Cuando se va a exportar a los Estados Unidos es importante seguir con las normas de privacidad de la de la Sección 515 de la FTC Act. Esta sección establece que:

1. Prohibición de prácticas desleales:

- Una práctica comercial se considera "desleal" si:
- Causa o es probable que cause daño sustancial a los consumidores.
- Los consumidores no pueden evitar razonablemente ese daño.
- El daño no es contrarrestado por beneficios para los consumidores o la competencia.

2. Prohibición de prácticas engañosas:

- Una práctica o acto se considera "engañoso" si:
- Una declaración, omisión o práctica engaña o es probable que engañe al consumidor.
- Es probable que la percepción engañosa influya en las decisiones del consumidor con respecto a un producto o servicio.
- La práctica resulta en perjuicio o daño.

Algunos puntos claves a considerar son: cumplir con las prácticas de privacidad estas son como:

Qué tipo de datos personales se recopilan. Cómo se utilizarán esos datos. Cómo se protegerán los datos personales. Si los datos serán compartidos con terceros, y bajo qué circunstancias. Cómo los consumidores pueden acceder a sus datos o corregir cualquier error. Cómo se almacenan y protegen los datos.

Otro factor clave es, obtención de consentimiento y transparencia en la recolección de datos, aunque la FTC no exige un consentimiento explícito para todos los tipos de

procesamiento de datos, las empresas deben ser transparentes con los consumidores sobre la recolección de datos y cómo se utilizarán.

También es importante la implementación de cláusulas adecuadas, si la empresa trabaja con proveedores o terceros que manejan datos de consumidores, asegúrate de que tengan contratos que incluyan cláusulas que garanticen que cumplirán con los estándares de privacidad y seguridad requeridos.



Canadá

Oficina del Comisionado de Privacidad de Canadá

Es el principal organismo federal encargado de garantizar el cumplimiento de las leyes de privacidad. Proporciona orientación, investiga quejas de privacidad y recomienda medidas correctivas. También supervisa la Ley de Protección de Información Personal y Documentos Electrónicos (PIPEDA), que regula cómo las empresas privadas recopilan, usan y divulgan datos personales en Canadá.

Para exportar a Canadá el mismo país te facilita el tema de la protección de datos, ya que en la página web de la OPC viene bien organizado las secciones acerca de las leyes, pero unas leyes claves son: La ley de privacidad, se relaciona con el derecho de una persona a acceder y corregir la información personal que el Gobierno de Canadá tiene sobre ella.

La otra es, La ley PIPEDA establece las normas básicas que rigen la recopilación, el uso y la divulgación de información personal por parte de las organizaciones del sector privado en el curso de sus actividades comerciales con fines de lucro en todo Canadá.



Asia

Japón

Ley de Protección de Información Personal (APPI)

En Japón, la Ley de Protección de la Información Personal (APPI, por sus siglas en inglés: Act on the Protection of Personal Information) regula el manejo y la protección de la información personal. Esta ley es supervisada por la Comisión de Protección de la Información Personal (PPC) de Japón. Las empresas que manejan datos personales de residentes en Japón deben cumplir con varios requisitos legales establecidos por el APPI. A continuación, se describen las principales cláusulas y documentos que deben implementarse para cumplir con el APPI.

1. Política de Privacidad (Privacy Policy)

Requisitos: El APPI exige que las empresas elaboren y hagan accesible una política de privacidad clara que detalle cómo se manejan los datos personales de los usuarios.

Cumplimiento con el APPI: La política debe describir cómo se recopila, usa, almacena y comparte la información personal.

Cláusulas clave:

Información sobre el propósito específico de la recolección de datos.

Procedimiento para el acceso, corrección y eliminación de datos por parte del individuo.

Descripción de cómo los datos serán protegidos.

Datos de contacto de la persona encargada de la protección de la información (como el Oficial de Privacidad).

2. Consentimiento para la Recolección de Datos Personales

Requisitos: Antes de recolectar información personal, las empresas deben obtener el consentimiento claro e informado del individuo, a menos que el propósito de la recopilación sea evidente o esté permitido por la ley.

Cumplimiento con el APPI: El consentimiento debe ser específico y los individuos deben ser informados sobre la finalidad para la cual se utilizarán sus datos.

Cláusulas clave:

Detallar de manera comprensible por qué se están recopilando los datos y cómo serán utilizados.

Obtener el consentimiento explícito del usuario, por ejemplo, mediante una casilla de verificación o una confirmación clara en línea.

Explicar cómo los individuos pueden retirar su consentimiento en cualquier momento.

3. Finalidad de la Recolección de Datos

Requisitos: El APPI exige que las empresas informen a los individuos sobre el propósito específico de la recopilación de sus datos personales antes de recolectarlos.

Cumplimiento con el APPI: Los datos solo pueden ser utilizados para los fines declarados en la política de privacidad.

Cláusulas clave:

Describir detalladamente los fines específicos para los cuales se recogerán y usarán los datos personales (por ejemplo, marketing, cumplimiento contractual, mejora de servicios, etc.).

Asegurar que los datos no se usarán para fines no divulgados sin obtener nuevo consentimiento.

4. Derechos del Consumidor (Acceso, Rectificación y Eliminación de Datos)

Requisitos: Según el APPI, los individuos tienen el derecho de acceder, corregir, y solicitar la eliminación de su información personal.

Cumplimiento con el APPI: La empresa debe tener procedimientos claros y accesibles para que los usuarios puedan ejercer estos derechos.

Cláusulas clave:

Instrucciones sobre cómo un individuo puede acceder a sus datos personales.

Procedimiento para corregir cualquier información personal incorrecta.

Cómo solicitar la eliminación de los datos personales si ya no son necesarios.

5. Medidas de Seguridad de la Información (Data Security)

Requisitos: El APPI requiere que las empresas adopten medidas razonables de seguridad para proteger los datos personales de los consumidores de acceso no autorizado, alteración, divulgación o destrucción.

Cumplimiento con el APPI: Las medidas de seguridad deben ser proporcionales a la naturaleza y cantidad de datos personales recopilados.

Cláusulas clave:

Descripción de las medidas de seguridad implementadas, como el cifrado, la protección contra el acceso no autorizado y las auditorías de seguridad.

Procedimientos para gestionar y controlar el acceso a los datos personales.

Especificación de los protocolos en caso de una violación de datos.

6. Transferencia de Datos a Terceros (Third-Party Transfers)

Requisitos: El APPI regula estrictamente la transferencia de datos personales a terceros, ya sea dentro o fuera de Japón. La transferencia debe ser legal y el usuario debe ser informado de ello.

Cumplimiento con el APPI: Si los datos se comparten con terceros, la empresa debe obtener el consentimiento del individuo, salvo en circunstancias excepcionales.

Cláusulas clave:

Especificar a qué terceros se les puede transferir los datos y los fines para los cuales se realizará la transferencia.

Describir las medidas que se tomarán para garantizar que los terceros respeten la privacidad y la seguridad de los datos.

Si los datos se transfieren fuera de Japón, deben explicarse las medidas adicionales para asegurar que los datos sean protegidos conforme a los estándares de Japón.

7. Protección de Datos Sensibles

Requisitos: El APPI exige una mayor protección para datos personales sensibles, como información sobre la raza, la religión, las creencias políticas, la salud, entre otros.

Cumplimiento con el APPI: La recopilación de este tipo de información debe ser estrictamente necesaria y con el consentimiento explícito del individuo.

Cláusulas clave:

Definir qué tipo de datos se consideran sensibles y asegurar que se obtenga un consentimiento explícito para su recopilación.

Asegurar que los datos sensibles se manejen con un nivel de protección más alto.

Clausulas	Obligaciones
Cláusula de Cumplimiento de la Ley y de la Comisión de Protección de la Información Personal	Las organizaciones deben realizar auditorías periódicas para garantizar que están cumpliendo con la ley y que los datos personales se están manejando de manera adecuada.
Consentimiento para la Recolección de Datos Personales	La empresa debe designar un Oficial de Privacidad (DPO) para supervisar el cumplimiento de las normativas de protección de datos.
Transferencia de Datos a Terceros	Detallar de manera comprensible por qué se están recopilando los datos y cómo serán utilizados.

Singapur

PDPA Singapur

La Ley de Protección de la Información Personal (PDPA, Personal Data Protection Act) de Singapur establece un marco legal para la protección de los datos personales, regulando cómo las empresas deben gestionar, almacenar, procesar y transferir la información personal de sus clientes, empleados o usuarios. El Comisionado de Protección de Datos Personales (PDPC) es la autoridad encargada de la supervisión y cumplimiento de esta ley.

Para cumplir con la PDPA de Singapur, las empresas deben implementar ciertas cláusulas y documentos clave. A continuación, se detallan los principales requisitos legales y las cláusulas necesarias para estar en conformidad con la PDPA.

1. Política de Privacidad (Privacy Policy)

Requisitos: La PDPA exige que las empresas mantengan una política de privacidad accesible que explique cómo se recopila, usa, almacena, comparte y protege la información personal.

Cumplimiento con la PDPA: La política debe ser clara, detallada y fácilmente comprensible para los individuos.

Cláusulas clave:

Finalidad de la recolección de datos: Explicar claramente para qué se recopilan y procesan los datos personales (por ejemplo, para marketing, atención al cliente, análisis, etc.).

Derechos de los individuos: Detallar cómo los individuos pueden acceder, corregir o eliminar sus datos personales.

Métodos de contacto: Proporcionar información sobre cómo los usuarios pueden contactar a la empresa para consultas relacionadas con la privacidad.

2. Consentimiento para la Recolección de Datos Personales

Requisitos: La PDPA requiere que las empresas obtengan el consentimiento explícito de los individuos antes de recopilar, usar o divulgar sus datos personales, salvo en ciertos casos excepcionales donde el consentimiento no es necesario (por ejemplo, para cumplir con una obligación legal).

Cumplimiento con la PDPA: El consentimiento debe ser informado y específico, y debe ser proporcionado por medios claros, como un formulario en línea, casillas de verificación, o una firma.

Cláusulas clave:

Explicar claramente para qué se recopilan los datos y cómo se utilizarán.

Obtener un consentimiento explícito e informado antes de la recolección de datos (por ejemplo, casillas de verificación con opciones para aceptar o rechazar).

Permitir a los individuos retirar su consentimiento en cualquier momento y proporcionar instrucciones claras para hacerlo.

3. Finalidad de la Recolección de Datos Personales

Requisitos: Según la PDPA, las empresas solo pueden recopilar datos personales para fines específicos, legítimos y claramente definidos. No pueden utilizar los datos para fines distintos sin obtener un nuevo consentimiento.

Cumplimiento con la PDPA: La empresa debe informar a los individuos sobre los fines específicos para los cuales se recopilan y procesan sus datos.

Cláusulas clave:

Descripción de los fines específicos para los cuales se recogerán y procesarán los datos personales (por ejemplo, procesamiento de pagos, envío de comunicaciones de marketing, etc.).

Prohibir el uso de los datos personales para fines no relacionados con los objetivos originales, a menos que se obtenga un nuevo consentimiento.

4. Derechos del Consumidor: Acceso, Rectificación y Eliminación de Datos

Requisitos: Los individuos tienen derecho a acceder, corregir y solicitar la eliminación de sus datos personales en poder de las empresas.

Cumplimiento con la PDPA: La empresa debe ofrecer mecanismos claros para que los usuarios puedan ejercer estos derechos.

Clausulas	Obligaciones
Cláusula de Notificación de Brechas de Seguridad (Breach Notification)	Finalidad de la Recolección de Datos Personales
Cláusula de Cumplimiento con la PDPA y la Autoridad Reguladora (PDPC)	Medidas de Seguridad de la Información
Cláusula de Conservación de Datos	Auditorías y Supervisión del Cumplimiento

CAPÍTULO 9. DIGITALIZACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La utilización de plataformas digitales es fundamental para las empresas que desean vender sus productos en el extranjero debido a las facilidades que las plataformas le pueden brindar en sus procesos de exportación, así como los beneficios que pueden ofrecer.

Este proceso no solo optimiza la eficiencia operativa, sino que también facilita el acceso a nuevos mercados y mejora la experiencia del cliente. A medida que las tecnologías digitales evolucionan, las empresas tienen la oportunidad de transformar sus modelos de negocio, integrando soluciones que permiten una gestión más ágil de sus exportaciones.

En este marco, es crucial que las empresas no solo implementen tecnologías digitales, sino que también establezcan estrategias definidas para su integración. Esto abarca la formación del personal en habilidades digitales y la reestructuración de procesos para optimizar los beneficios de la digitalización. Al llevar a cabo estas acciones, las empresas no solo mejoran su competitividad, sino que también se preparan para aprovechar las oportunidades que brindará el comercio internacional en el futuro.

Lineamientos que no están estipulados en el comercio normal

En el comercio, existen lineamientos o prácticas que, aunque no están formalmente estipulados por leyes o normativas, son comunes debido a las expectativas de los consumidores y la ética empresarial. Aquí tienes algunos ejemplos relevantes:

1. Políticas de satisfacción del cliente

- Aunque no siempre están reguladas, los comercios suelen ofrecer garantías de satisfacción, devoluciones o cambios flexibles para mantener la fidelidad del cliente.
- Por ejemplo, permitir devoluciones sin motivo aparente dentro de un plazo razonable.

2. Transparencia en la comunicación

- Las empresas tienden a ser claras sobre precios, promociones y tiempos de entrega, aunque no exista una normativa específica que lo exija.
- Esto incluye detallar costos ocultos o garantizar que las promociones sean comprensibles.

3. Sostenibilidad y prácticas ecológicas

- Incorporar empaques ecológicos, reducir el uso de plástico o fomentar el comercio justo son prácticas no reguladas en muchos mercados, pero valoradas por los clientes.

4. Cumplimiento de estándares éticos

- La igualdad de trato a los clientes, evitar discriminación y ofrecer un entorno seguro son prácticas no siempre reguladas, pero esperadas en cualquier establecimiento.

5. Atención personalizada

- Brindar atención cordial y adaptada a las necesidades del cliente no está legislado, pero se considera una práctica esencial para competir en el mercado.

6. Gestión de reseñas y reputación en línea

- Responder a críticas y comentarios de forma profesional no es obligatorio, pero es una práctica estándar en el comercio moderno para gestionar la reputación digital.

7. Uso de tecnología para facilitar la experiencia

- Implementar herramientas como catálogos en línea, opciones de pago electrónico o aplicaciones de lealtad no son requisitos legales, pero son expectativas de los consumidores actuales.

Plataformas Digitales

1. **Alibaba:** se posiciona como una de las plataformas B2B más grandes y reconocidas a nivel mundial, facilitando la conexión entre proveedores y compradores de diversas industrias. Su modelo permite a las empresas acceder a una vasta gama de productos y servicios, convirtiéndola en una herramienta esencial para aquellas que buscan expandir sus operaciones en mercados internacionales.

Vías de transporte:

- Marítimo

1. Adecuado para bienes de gran tamaño o pedidos en masa.
 2. A través de su plataforma logística **Cainiao**, Alibaba conecta a vendedores con operadores de transporte marítimo para optimizar costos y tiempos.
- Aéreo
 1. Utilizado para productos de alto valor o envíos urgentes.
 2. A pesar de ser más costoso, es una opción clave para entregas rápidas, especialmente en comercio electrónico transfronterizo.
 3. Cainiao tiene asociaciones con aerolíneas globales y también opera vuelos dedicados.
 - Transporte terrestre
 1. Usado para la distribución interna dentro de países y regiones.
 2. Incluye camiones, furgonetas y otros vehículos para el transporte desde los almacenes hasta los puntos de entrega finales.
 3. Es clave en mercados como China, donde Alibaba utiliza redes locales para garantizar tiempos de entrega cortos.

Características clave de Alibaba:

- **Conexión Global:** Alibaba conecta a más de 100 millones de usuarios registrados en aproximadamente 190 países, lo que proporciona un acceso sin precedentes a un mercado global
- **Variedad de Productos:** La plataforma alberga millones de productos en diversas categorías, desde maquinaria industrial hasta artículos de consumo, lo que la convierte en un recurso versátil para empresas de todos los sectores
- **Facilidades de Negociación:** Los usuarios pueden interactuar directamente con proveedores, lo que simplifica el proceso de negociación y permite una comunicación más efectiva
- **Opciones de Pago Seguras:** Alibaba ofrece múltiples métodos de pago seguros, garantizando la protección de las transacciones comerciales

- **Beneficios para Empresas: Acceso a Nuevos Mercados:** Las empresas pueden internacionalizar sus productos y servicios, facilitando la expansión más allá de las fronteras nacionales
- **Diversificación de Proveedores:** Alibaba permite a las empresas diversificar sus fuentes de suministro, lo que reduce la dependencia de un solo proveedor y mejora la flexibilidad en la cadena de suministro
- **Eficiencia en Compras:** La plataforma optimiza el proceso de adquisición al permitir comparaciones de precios y calificaciones entre productos, lo que resulta en decisiones más informadas y ahorro en costos
- **Oportunidades de Exportación:** Las empresas pueden también utilizar Alibaba para exportar sus propios productos, creando nuevas vías para ingresos y crecimiento

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Tráfico (más de 20 millones de usuarios activos) • Público objetivo (AliBaba es una plataforma enfocada en el B2B) • Mercado internacional (casi 200 países) • Herramientas de marketing para incrementar las ventas (mejora SEO, personalización del branding en tu storefront, PPC) • Asesoramiento sobre tu negocio • Business verification (sirve para aumentar la confianza en tu compañía) • Especialmente efectiva para tiendas más grandes (AliBaba da más exposición a las tiendas con más productos) • Herramientas que facilitan el proceso de subida de productos (puedes subir productos en masa y el sistema de AliBaba "Intelligent Posting" te sugerirá formas en las que puedes optimizar los listing para que funcionen mejor de acuerdo con el algoritmo de AliBaba y las búsquedas de los compradores) • Sistema de seguridad "Trade Assurance" para las transacciones entre compradores y vendedores • Herramientas analíticas como el volumen de clics, coste medio por clic, crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Imposibilidad de migración. Como en todos los marketplaces, no es posible enviar los datos a otra plataforma de Commerce, por lo que tendrás que introducir los datos manualmente • Alta competencia. En AliBaba hay más de 150000 vendedores verificados • Las traducciones son mejorables • Suscripción. Para vender en AliBaba, tendrás que elegir entre uno de sus planes de suscripción. Estos planes de suscripción suponen el pago de casi 2000\$/año para el plan Basic, 3000\$/año para el Basic Plus, 4000\$ para el plan Standard o los 6000\$/año en el plan Premium

<p>de usuarios, visitas a la tienda, consultas, pedidos... El sistema te sugerirá formas de mejorar tu tienda según las tendencias y tu cuenta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias internacionales online (mucho más económicas que las ferias tradicionales) • Posibilidad de formar parte de las promociones de AliBaba • Servicios a medida como un programa de bienvenida de 90 días o el sistema Star Ratings. 	
--	--

Fuente: Realización propia

Tutorial de registro: <https://youtu.be/CBEYRWYuYdl>

2. **Amazon Business:** Esta plataforma ha sido creada para atender las necesidades específicas de las empresas, brindando **precios competitivos, opciones de compra al por mayor y soluciones logísticas eficientes**. Es especialmente ventajosa para aquellas organizaciones que buscan vender productos a otras empresas y desean beneficiarse de la robusta infraestructura logística de Amazon.

Vías de transporte:

- **Terrestre:**

Furgonetas y camiones de reparto para entregas locales.

Socios logísticos como UPS, FedEx, y DHL.

Flota propia en algunas regiones para optimizar entregas "última milla".

- **Aérea:**

Aviones de Amazon Air para envíos urgentes.

Contratos con aerolíneas logísticas para transporte internacional.

- **Marítima:**

Contenedores marítimos para transporte internacional de grandes volúmenes, especialmente desde países con manufactura clave como China.

- **Ferrocarril** (en ciertas regiones):

En países como Estados Unidos, el ferrocarril puede ser usado para mover mercancías a largas distancias de manera eficiente.

Características y beneficios de Amazon Business:

- **Precios Exclusivos:** Amazon Business ofrece tarifas especiales para empresas en miles de productos, lo que permite a los compradores optimizar sus gastos.
- **Descuentos por Cantidad:** Los clientes pueden acceder a precios reducidos al realizar compras en grandes volúmenes, lo que fomenta la compra a granel y ahorra costos.
- **Cuentas Corporativas:** Las empresas pueden crear cuentas que permiten múltiples usuarios, facilitando el manejo compartido de métodos de pago y direcciones de envío.
- **Logística Avanzada:** Aprovechando la red logística de Amazon, las empresas pueden disfrutar de envíos rápidos y eficientes, lo que mejora la experiencia del cliente y reduce los tiempos de entrega.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">• Envíos gratis con Amazon Business Prime Aquellas empresas que estén	<ul style="list-style-type: none">• No tienen derecho a oponerte. En consecuencia, no existe derecho a devolver un artículo si no le gusta. Sin

<p>subscritas al servicio Prime, gozarán de las mismas ventajas que cuando tenían su cuenta personal, además podrás hacer envíos rápidos, gratuitos e ilimitados sin que esto implique un coste adicional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios con IVA excluido y facturas con IVA generación de facturas se realiza de forma automática y detallada. Las verás con sus respectivos desgloses de impuestos y puedes descargarlas todas de una sola vez. • Cuenta multi-usuario, se refiere a que un mismo equipo de trabajo puede comprar mediante una misma cuenta Business, A diferencia de Prime, donde debes asociar diferentes métodos de pago y direcciones de correo. • Políticas de compra, tiene una opción para gestionar el catálogo, lo cual les permite a los administradores de la cuenta configurarlo en función de sus políticas de compra. • Proceso de compra y de aprobación, facilita el proceso de compra al darte la opción de identificar las compras más convenientes como también añadir el número de orden. • Selección de productos y proveedores, no es necesario una tarjeta ya que te da la posibilidad de elegir una forma de pago, ya sea una tarjeta de compra o una línea de crédito corporativo. • Genera informes y analíticas, Estos informes personalizados tienen 	<p>embargo, Amazon no es responsable en este caso, sino que es una base legal. Sin embargo, en la práctica se ha demostrado que muchos vendedores retiran los bienes como gesto de buena voluntad si el comprador puede dar una razón plausible. Considerándolo todo, todo el proceso de procesamiento del pedido es justo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta competencia, debido a la alta concentración de vendedores será necesario crear una estrategia a largo plazo, ya que, si no lo haces, te arriesgas a acabar con precios más elevados que tu competencia. • Comisiones, Amazon cobra a los minoristas comisiones considerables por cada producto vendido a través de su plataforma.
---	---

combinaciones de filtros y columnas, también incluye los pedidos, devoluciones y reembolsos.	
--	--

Fuente: Realización propia

Tutorial de registro: <https://youtu.be/p92CIMNMedg>

3. **Mercado Libre:** es la plataforma de comercio electrónico más prominente en América Latina, ideal para empresas que buscan penetrar en los mercados de esta región. Con una vasta base de usuarios y un conjunto de herramientas integradas para pagos y envíos, facilita tanto el comercio local como el internacional.

Vías de transporte:

- **Flota Propia y Asociados:** Mercado Envíos, su sistema logístico, combina flotas propias con transportistas asociados para gestionar entregas en diversas regiones.
- **Red de Transporte Terrestre:** Utiliza transporte terrestre para envíos a nivel local, regional y nacional. Esto incluye camiones y vehículos de transporte liviano para distancias cortas y medianas.
- **Envíos Aéreos:** Para entregas más rápidas o en distancias largas, Mercado Libre emplea servicios de transporte aéreo mediante asociaciones con aerolíneas o cargueros especializados.
- **Centros de Distribución y Alianzas con Mensajerías:** Mercado Libre colabora con empresas de mensajería y logística (como DHL, FedEx, UPS o empresas locales) para ampliar su capacidad de entrega.
- **Entrega en Moto o Bicicleta:** En zonas urbanas, Mercado Libre usa servicios de motorizados o bicicletas para envíos exprés y de última milla.

Características y beneficios de Mercado Libre:

- **Amplia Base de Usuarios:** Con millones de compradores activos, Mercado Libre ofrece a las empresas una audiencia significativa para sus productos, aumentando las oportunidades de venta.
- **Herramientas Integradas:** La plataforma incluye servicios como Mercado Pago, que permite realizar transacciones seguras, y Mercado Envíos, que optimiza la logística y los tiempos de entrega, mejorando la experiencia del cliente.
- **Variedad de Productos:** Los usuarios pueden comprar y vender una amplia gama de productos, desde artículos nuevos hasta usados, lo que proporciona flexibilidad tanto a compradores como a vendedores.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Amplio alcance: Mercado Libre tiene una presencia muy fuerte en América Latina, lo que significa que su alcance es significativo. Los vendedores pueden llegar a un público mucho más amplio que si solo vendieran en una tienda física o en su sitio web. • Fácil de usar: Mercado Libre es fácil de usar y no requiere que los vendedores tengan habilidades técnicas avanzadas. La plataforma proporciona una guía paso a paso para crear y publicar productos. • El sistema de envíos: es muy rápido y sencillo. Se imprime una etiqueta que se pega en el paquete y se lleva al punto de distribución. También tiene seguimiento y rara vez se pierde un paquete. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altas comisiones: Mercado Libre cobra una comisión por cada venta que se realiza a través de la plataforma, que puede ser bastante alta en comparación con opciones de venta en línea. Además, la plataforma también cobra por servicios adicionales como promoción de productos y envío. • Competencia: dado el amplio alcance de Mercado Libre, los vendedores deben competir con un gran número de otros vendedores que ofrecen productos. Esto significa que los precios pueden ser más bajos y las ganancias pueden ser menores. • Cambios frecuentes en políticas y regulaciones que generan muchas veces mayores gastos para los vendedores. • Reclamos: Cuando se reclama la mediación con los compradores Mercado Libre siempre prioriza al comprador y no al vendedor.

	<ul style="list-style-type: none">• Tiempo obligatorio para las devoluciones: Un comprador tiene un mes para decidir devolver un producto que compró, por lo que muchas veces los compradores poco honestos usan los productos y los devuelven en mal estado o envían cajas vacías. Es entonces que Mercado Libre generalmente media a favor del comprador y resulta perjudicado el vendedor.
--	--

Fuente: Realización propia

Tutorial de registro: <https://youtu.be/awoYfBKmOcA>

4. **TradeKey:** es una plataforma de comercio electrónico B2B que conecta a compradores y vendedores de diversas partes del mundo. Desde su fundación en 2006, TradeKey ha crecido hasta convertirse en uno de los sitios más destacados en el ámbito del comercio B2B, facilitando a las empresas la búsqueda de oportunidades de exportación y el establecimiento de relaciones comerciales internacionales. La plataforma no solo permite la conexión entre importadores y exportadores, sino que también ofrece una amplia gama de productos que abarca casi 40 categorías, incluyendo electrónica, moda y artículos para el hogar.

Vías de transporte:

- **Transporte Marítimo:** Ideal para envíos internacionales de grandes volúmenes, como contenedores completos o carga a granel.
- **Transporte Aéreo:** Usado para envíos más pequeños o productos de alta prioridad debido a su rapidez, aunque es más costoso.

- **Transporte Terrestre:** Incluye camiones y trenes, utilizado principalmente para envíos locales o regionales.
- **Transporte Multimodal:** Una combinación de dos o más modos de transporte para optimizar costos y tiempos.

Características y Beneficios

- **Acceso Global:** TradeKey es accesible en siete idiomas, lo que permite a empresas de diferentes países interactuar sin barreras lingüísticas. Esto lo convierte en una herramienta valiosa para empresas que buscan expandir su alcance internacionalmente
- **Herramientas de Búsqueda Avanzadas:** La plataforma proporciona herramientas que permiten a los compradores filtrar productos por país de origen, cantidad mínima de pedido (MOQ) y otros criterios relevantes, facilitando así la comparación de ofertas
- **Verificación de Proveedores:** TradeKey se asegura de que los proveedores sean confiables al implementar un proceso de verificación riguroso, lo que garantiza que los productos ofrecidos cumplan con estándares internacionales de calidad
- **Ferias Comerciales:** Además de ser un marketplace, TradeKey organiza ferias y exposiciones comerciales en varias ubicaciones globales. Estas ferias ofrecen a

los compradores la oportunidad de ver productos en persona y fomentar relaciones comerciales más sólidas con proveedores potenciales

- **Innovación Continua:** La plataforma está comprometida con la mejora constante de sus servicios, ofreciendo soluciones digitales y herramientas para optimizar la experiencia del usuario. Esto incluye servicios adicionales como publicidad y gestión de inventarios.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Mercados Internacionales: TradeKey permite a las empresas acceder a un amplio espectro de mercados internacionales, lo que puede resultar en un aumento significativo de las ventas y la diversificación de ingresos • Facilidad de Conexión con Compradores: La plataforma facilita la búsqueda y conexión con compradores potenciales, lo que puede reducir el tiempo y esfuerzo necesarios para establecer relaciones comerciales en el extranjero • Herramientas de Negociación y Comunicación: TradeKey ofrece diversas herramientas que ayudan en la comunicación y negociación con 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia Intensa: Al estar en una plataforma global, las empresas pueden enfrentar una competencia considerable, lo que podría dificultar el posicionamiento de sus productos. • Costos Asociados: Utilizar TradeKey puede implicar costos adicionales relacionados con la logística, aranceles aduaneros y otros gastos operativos que pueden afectar la rentabilidad. • Riesgos de Impago y Demoras: Existe el riesgo de impagos o demoras en los pagos por parte de clientes internacionales, lo cual puede afectar el flujo de caja de la empresa. • Requisitos Regulatorios: Las empresas deben cumplir con diversas normativas y requisitos legales para exportar, lo que

<p>proveedores, lo que puede mejorar la efectividad de las transacciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades de Networking: TradeKey organiza ferias y exposiciones comerciales, proporcionando oportunidades para que los exportadores establezcan relaciones más sólidas con compradores y otros actores del mercado. 	<p>puede ser complicado y requerir tiempo adicional para su gestión.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adaptación del Producto: Puede ser necesario modificar el producto o su presentación para cumplir con las expectativas del mercado extranjero, lo que implica inversión en investigación y desarrollo.
--	---

Fuente: Realización propia

Tutorial de registro: <https://youtu.be/lpHFY1lqzpc>

En la siguiente tabla se mostrará las plataformas digitales antes mencionadas en una clasificación de competencia en la exportación de productos, considerando factores clave como alcance, herramientas ofrecidas y especialización.

plataforma	Nivel de Competencia en Exportación	Características Destacadas	Regiones Clave
Alibaba	Muy Alta	Enfoque B2B, precios competitivos, conexión directa con fabricantes,	Asia, África, América Latina, Europa

		personalización de pedidos y alcance global.	
Amazon Business	Alta	Herramientas como Fulfillment by Amazon (FBA), servicio al cliente global, gestión de divisas y pagos simplificados.	América del Norte, Europa, India
Mercado Libre	Media	Dominante en América Latina, logística integrada, ideal para pymes y consumidores finales dentro de la región.	América Latina, principalmente Brasil y México
Tredakey	Baja	Enfocado en pequeñas empresas con menor reconocimiento global y alcance limitado en comparación con las otras plataformas.	Enfocado en mercados locales

Fuente: Realización propia

CAPÍTULO 10. FINANCIAMIENTO Y SEGUROS INTERNACIONALES

El financiamiento es un tema de alto impacto para las empresas mexicanas que inician actividades; desean aumentar su productividad, acceder a nueva tecnología o mantenerse en el mercado.

La oportunidad de obtener recursos financieros constituye el motor de proyección y crecimiento de cualquier idea de negocio a corto y largo plazo.

- **Líneas de crédito especializadas**

Una línea de crédito es un acuerdo entre un prestatario y un prestamista que establece un monto máximo de dinero que el prestatario puede tomar prestado. El prestatario solo paga intereses sobre la cantidad que retire

El gobierno de México nos menciona algunos de los beneficios de una línea de crédito:

- Obtención de recursos para detonar la originación de créditos.
- Alternativa para contar con un adecuado balance de cartera.
- Fondeo para mantener crecimiento sostenido y sano conforme a las reglas establecidas por la CNBV.

Los requisitos que se necesitan son los siguientes en México:

- Cartera de productos de créditos a la vivienda.
- Plan de negocios estructurado.
- Información financiera auditada.

- Capitalización y morosidad.
- Comportamiento y riesgos de los portafolios hipotecarios.
- Calificaciones de riesgo de agencias acreditadas.
- Gestión y certificación de procesos.

Para más información pueden escribir a: info@shf.gob.mx

Algunas instituciones que ofrecen este servicio de préstamos en México son las siguientes:

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT)

Contribuye al desarrollo y generación de empleo en México, por medio del financiamiento al comercio exterior mexicano. Algunas de las actividades que lleva a cabo son:

- Crédito. Financiamiento a necesidades superiores: Capital de trabajo, equipamiento, desarrollo de infraestructura industrial, proyectos de inversión.

¿A quién va dirigido?

Empresas mexicanas exportadoras o importadoras de bienes y servicios.

¿Qué ofrece el producto?

Al exportador: seguridad en el pago contra la presentación de los documentos estipulados; mitiga el riesgo de crédito que representa el importador.

Características

Por su localización geográfica: puede ser de importación, exportación o doméstica.

Por el riesgo: notificadas o confirmadas.

Pago: a plazo o a la vista.

Comisiones: en función del riesgo de la empresa o del Intermediario Financiero Extranjero.

Requisitos.

Cartas de crédito de exportación:

El importador debe dar instrucciones al banco emisor para que Bancomext actúe como banco avisador o confirmador de la carta de crédito.

El exportador deberá presentar a Bancomext los documentos necesarios para acreditar su personalidad jurídica.

La carta de crédito deber estar en un formato aceptable para Bancomext.

Documentación

Cartas de crédito de exportación: deberá ser recibida por un banco corresponsal de Bancomext.

Contactó: bancomext.com/pymex/ 800 EXPORTA (397 6782)

Nacional Financiera, S.N.C (NAFIN)

Contribuye al desarrollo económico del país a través de facilitar el acceso de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), emprendedores y proyectos de inversión, al financiamiento y otros servicios de desarrollo empresarial que permitan impulsar la innovación, mejorar la productividad, la competitividad, la generación de empleos y el crecimiento regional. Algunos de sus programas son:

GARANTÍA SOBRE FIANZAS

Objetivo: Es un programa que proporciona apoyo a las Pymes, para aumentar su participación en los contratos de obra y proveeduría de bienes y servicios, con la finalidad de que incrementen su capacidad de afianzamiento

¿Para quién es?

Para micro, pequeñas y medianas empresas, así como personas físicas con actividad empresarial, con ventas anuales de hasta 250 millones de pesos.

¿Qué necesitas?

Ser una MiPymes o persona física con actividad empresarial que tenga celebrado un contrato de proveeduría de bienes, servicios y/o obra pública con la Administración

Pública Federal, con las Empresas Productivas del Estado (EPE's) y sus subsidiarias, con las dependencias y entidades de los gobiernos de las entidades federativas y con empresas del sector privado. Serán elegibles los contratos relacionados con los sectores industria, comercio y servicios, exceptuando aquellos relacionados a la actividad primaria. Los propios que solicite la afianzadora participante.

¿Dónde tramitarlo?

Afianzadora Aserta y Afianzadora Insurgentes

Gabriel Huidobro Guzmán

Email: ghuidobro@aserta.com

Teléfono: 55-54-47-39-98

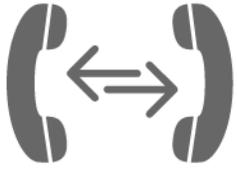
Afianzadora Chubb Monterrey

Josefina Cortés

Email: josefina.cortes@chubb.com

Teléfono: 55-57-26-37-76

Contacto



Teléfono:

800 623 4672



Correo

info@nafin.gob.mx

electrónico:



Horario

de

atención:

Lunes

a

viernes

de 08:00 - 18:00 hrs

MUEVE TU PYME

Objetivo: Programa dirigido a MIPYMES que requieran adquirir vehículos nuevos utilitarios, con el propósito de lograr impulsar su negocio, así como expandir su cobertura y lograr una logística más eficiente.

¿Para quién es? Personas morales

¿Qué necesitas? Presentar en la agencia automotriz la siguiente documentación:

- Identificación oficial vigente del representante legal y/o apoderado; forma migratoria y pasaporte vigente (para el caso de extranjeros).
- Comprobante de domicilio.
- Constancia de Situación Fiscal.
- Declaración anual del último ejercicio fiscal con su acuse de recibo.
- Estados de cuenta bancarios completos y domiciliados de los últimos 3 meses.
- Acta Constitutiva con sellos de inscripción ante el registro público de la propiedad.
- Actas de Asamblea con sellos de inscripción ante el registro público de la propiedad (en caso de aplicar).
- Poderes notariados (en caso de aplicar).
- Anexos Buró Crédito.
- *La financiera podrá solicitar documentación adicional.

¿Dónde tramitarlo? Financiera participante

- NR Finance México

Marcas participantes

- Nissan
- Renault
- Mitsubishi

MUJERES INDUSTRIA

¿Qué te ofrece? Impulsar, a través de financiamiento, a las empresas lideradas por mujeres del sector industria, apoyando la participación y el empoderamiento de las mujeres en el ámbito económico; asimismo, fortalecer la toma de decisiones financieras por medio de servicios no financieros como: diagnóstico y capacitación

¿Para quién es?

Mujeres empresarias o Mipymes lideradas por mujeres del sector industria, con certificado del curso NAFIN.

¿Qué necesitas?

- **Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (incluyendo Personas Físicas con Actividad Empresarial)** que pertenezcan a mujeres y al sector industria que cuenten con el certificado del curso de NAFIN.
- **Personas morales**, al menos el 51% del capital accionario, debe ser propiedad de personas físicas mujeres, al momento de la solicitud de crédito y debe cumplir con alguna de las siguientes condiciones:
 - La Presidencia del Consejo de Administración la ocupe una mujer y/o
 - la mayoría de los miembros del Consejo de Administración sean mujeres y/o
 - el Administrador Único sea mujer, al momento de la solicitud de crédito.

¿Cómo obtenerlo?

1. Llenar el formulario de prospección.
2. Cumplir con las sesiones de diagnóstico, retroalimentación, asistencia técnica y curso de acceso al financiamiento.

3. Nafin envía certificado de capacitación y expediente crediticio al intermediario financiero.

4. En caso de cumplir con las políticas de intermediario financiero, recibe el financiamiento.

¿Dónde tramitarlo?

Banbajío

Banregio

BBVA

Citibanamex*

Mifel

GARANTÍA PREFERENTE

¿Qué te ofrece? Impulsar el desarrollo económico de las regiones del país, haciendo énfasis en la zona Sur Sureste y entidades prioritarias, facilitando el acceso al financiamiento.

¿Para quién es?

Empresas que solicitan su primer Crédito: Micro, pequeñas y medianas empresas, así como personas físicas con actividad empresarial, con al menos dos años de operación.

El acreditado no deberá contar con registro de algún crédito Pyme, previo a la contratación.

Empresas consolidadas: Micro, pequeñas y medianas empresas, así como personas físicas con actividad empresarial, con al menos dos años de operación.

¿Cómo obtenerlo?

- Integra el expediente crediticio conforme a los requisitos del Intermediario Financiero de tu elección.
- Firma la solicitud de crédito y autorización de consulta a Buró de Crédito.

¿Qué necesitas?

- Contar con formato de solicitud o autorización del financiamiento.
- Para las empresas consolidadas, contar con un buen historial crediticio en Buró de Crédito.

¿Dónde tramitarlo?

- Afirme
- Banco del Bajío
- Banorte
- Banregio
- Bansí
- BBVA
- Citibanamex

- Mifel

IMPULSO NAFIN + ESTADOS

¿Qué te ofrece? Financiamiento para la reactivación de las economías regionales y la conservación de empleos, facilitando el acceso al crédito para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del país, en coordinación con los gobiernos de las entidades federativas.

¿Para quién es?

Para micro, pequeñas y medianas empresas, así como personas físicas con actividad empresarial con cédula de validación, ubicadas en los estados donde se implemente este financiamiento.

Requisitos

- Ser empresa formalmente constituida, preferentemente con 2 años de operación.
- Contar con Cédula de Validación.
- Contar con buen historial crediticio.

¿Cómo obtenerlo?

1. Solicita tu cédula de validación en la ventanilla de tu estado, consulta los bancos participantes y tasa por estado.

2. Una vez emitida la cédula por parte del estado, envíala al banco participante de tu preferencia.

3. Integra el expediente de crédito conforme a los requisitos de tu banco seleccionado.

4. Firmar solicitud de crédito y autorización de consulta de Buró de Crédito.

FINANCIAMIENTO EMPRESARIAL

¿Qué te ofrece? Con el respaldo de Nafin, la banca comercial ofrece diversos productos de financiamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas.

¿Para quién es?

Para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas mexicanas de los sectores industria, comercio y servicios.

¿Cómo obtenerlo?

- Selecciona y acude al banco de tu preferencia (incorporado a este programa).
2. Reúne toda la documentación y asegúrate de cumplir todos los requisitos.
 3. El banco realizará la evaluación de crédito y determinará su autorización.
 4. En caso afirmativo, deberás formalizar el contrato correspondiente con tu banco.

¿Qué necesitas?

- Ser una empresa formal o persona física con actividad empresarial.
- Contar con antecedentes favorables en el buró de crédito.

- Al menos dos años de antigüedad.
- Comprobar la suficiente generación de flujos para hacer frente al financiamiento.
- La documentación que te solicite el banco participante de tu preferencia.

¿Dónde tramitarlo?

- Banbajío
- Banca Mifel
- Bancoppel
- Banco Multiva
- Banorte
- BBVA
- Citibanamex
- HSBC
- Scotiabank

CONTRATOS DE PROVEEDORES DEL GOBIERNO FEDERAL

¿Qué te ofrece? Otorgar financiamiento en condiciones competitivas para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas proveedoras directas o indirectas del Gobierno Federal, específicamente para aquellas vinculadas a las siguientes obras: Tren Maya, Refinería “Dos Bocas”, Aeropuerto Felipe Ángeles, Corredor Interoceánico del Istmo Tehuantepec y en el Tren Interurbano México-Toluca, así como proveedores directos o indirectos de PEMEX, CFE y sus subsidiarias.

¿Qué necesitas?

- Copia de constancia de situación fiscal con una vigencia no mayor a dos meses.
- Documento probatorio de la relación comercial (Orden de compra, Contrato o recibo de pago).
- Carta responsiva (formato proporcionado por NAFIN)
- Antecedentes favorables en el buró de crédito
- Capacidad de pago comprobable.
- Información financiera sana. Sin quiebra técnica y tener utilidad de operación.
- Aval y/u obligado solidario.
- La información adicional que te solicite el banco participante.

¿Cómo obtenerlo?

Contacta con el ejecutivo Regional NAFIN dependiendo tu estado:

José Arturo Pérez

japerez@nafin.gob.mx

Ext. 8130

- **Campeche**
- **Chiapas**
- **Oaxaca**
- **Quintana Roo**
- **Tabasco**

- Veracruz
- Yucatán

1. Reúne toda la documentación y asegúrate de contar con los requisitos.

2. Serás canalizado al banco participante de tu elección y este realizará la evaluación de crédito y determinará si es autorizado.

¿Dónde tramitarlo?

Afirme

Banorte

Banca Mifel

Banco del Bajío

Banregio

Bansí

BBVA

Citibanamex

Financiera Bajío

BBVA

Ofrece los productos especializados para tu empresa exportadora y disminuye los riesgos latentes en el comercio internacional. Aborda los mercados extranjeros de manera eficiente con la confianza del apoyo de BBVA.

<https://www.bbva.mx/empresas/productos/comercio-internacional/exportacion.html>

Ofrece

- Garantías Demandables y Stand By

Garantiza tu participación en concursos o licitaciones públicas internacionales para la adjudicación y desarrollo de tus obligaciones contractuales.

Requisitos

- Tener una cuenta de cheques BBVA México
- Línea de crédito vigente o provisión de fondos
- Suscripción al Contrato Regulador de Apertura de Crédito Irrevocable para Cartas de Crédito Stand By o Garantía (Bond)
- Anexo "A" Solicitud de Carta de Crédito Standby o Garantía (Bond), debidamente requisitado
- Tener contrato de Banca por Internet (opcional)
- Cobranzas Internacionales

Gestiona el cobro de tus documentos comerciales o financieros a través de una amplia red de bancos internacionales.

Requisitos

- Tener una cuenta de cheques en BBVA Divisas
- Requisitar la Carta Remesa de Instrucciones de Cobranza, detallando y anexando documentos comerciales o financieros para su gestión de cobro
- En caso de modificación, carta de instrucciones del cliente indicando el número de referencia de la cobranza
- Cartas de Crédito de Exportación

Asegura y mantén un mejor control de la cobranza de tus ventas a clientes en el extranjero

Es un instrumento de pago aceptado internacionalmente, a través del cual el exportador mexicano beneficiario de la carta de crédito puede realizar la venta de sus productos o servicios a sus clientes en el extranjero.

Requisitos generales

- Tener una cuenta de cheques en BBVA México
- Tener contratado el servicio de Banca por Internet (opcional)

Para recibir notificación o confirmación de la carta de crédito

- Ninguno.

Para recibir el pago correspondiente

- Cumplir estricta y literalmente los términos y condiciones establecidos en la carta de crédito, proporcionando por escrito las instrucciones de pago.

<https://www.bbva.mx/empresas/productos/comercio-internacional/exportacion/cartas-de-credito-de-exportacion.html>

HSBC

En cuanto a exportaciones HSBC ofrece que adquieras un mayor control sobre sus exportaciones, mejores el flujo de efectivo y controles los riesgos relacionados con el comercio internacional de manera más efectiva con los servicios de financiamiento de exportaciones de HSBC. Con una importante presencia en mercados locales de todo el mundo, sus especialistas en comercio cuentan con los conocimientos que lo ayudarán a evaluar los riesgos en los mercados emergentes y le darán la confianza necesaria para ampliar su negocio a escala internacional. Esto incluye ayudarlo a comprender el entorno normativo y la situación cultural, social y económica de los nuevos mercados de su interés.

Ofrece 2 soluciones de exportaciones

Cartas de Crédito para la exportación

Realice exportaciones con éxito al garantizar, sin el más mínimo riesgo y de manera confiable, la recepción de su pago y la correcta entrega de la mercancía en el punto acordado.

Cobranza documentaria de Exportación

Asegure que la mercancía se libere sólo en el momento de recibir el pago o al tener la aceptación de una letra de cambio por parte del importador

Contacto

Línea de Inversiones

55 5721 6595

55 5721 5174

Lunes a viernes:

8:00 hs – 14:00 hs

<https://www.empresas.hsbc.com.mx/es-mx/solutions/exports>

Santander

En su apartado de negocio internacional nos ofrece

Cartas de Crédito

Standby

Cobranzas Documentarias

Transferencias Internacionales

<https://www.santander.com.mx/bei/home/negocioInternacional.html#menu1>

Cartas de Crédito

Medio de pago en donde el Banco que emite la Carta de Crédito se compromete por cuenta de su Cliente (Ordenante/Importador) a pagar al Proveedor (Beneficiario/Exportador) una determinada cantidad de dinero.

Beneficios

- Este medio de pago mitiga el mayor número de riesgos entre importador y exportador.
- Se ajusta al flujo comercial del importador.
- El importador tiene el soporte de un banco de primer orden.
- La carta de crédito no puede ser modificada o cancelada antes de su vencimiento sin el consentimiento de las partes involucradas.
- Asesoría de Especialistas de Comercio Exterior.

Requisitos de contratación

- Contar con una Línea de Crédito o Provisión de Fondos.
- Suscribir Contrato correspondiente

En su subapartado de Comercio Exterior cuenta con

- Financiamiento al Comercio Exterior
- Draft Discount
- Cobranzas Documentarias
- Financiamiento de Cartas de Crédito

Financiamiento al Comercio Exterior

Financiamiento de corto y largo plazo en MXP y/o USD dirigido a Empresas con actividad de Comercio Exterior.

Beneficios

- Operativa ágil, a través del Sistema de Negocio Internacional en Líne@.
- Asesoría de Especialistas de Comercio Exterior.

Requisitos de contratación

- Ser acreditado y presentar documentación comprobatoria de comercio exterior.
- Suscribir Contrato de Crédito correspondiente.

Financiamiento de Cartas de Crédito

Es un producto que le permite financiar los pagos de Cartas de Crédito a nuestros clientes, por una tasa de interés más baja de lo que ofrecen sus proveedores.

Beneficios

Seguridad: Intervención de Instituciones Financieras como mediadores del pago, envío y entrega de documentación.

Asesoría: El importador cuenta con asesoría a Especialistas de Comercio Exterior para el establecimiento de sus Cartas de Crédito, así como para el proceso de su financiamiento.

Requisitos de contratación

Para más información, favor de ponerse en contacto con su Especialista de Negocio Internacional, o escríbenos a comex@santander.com.mx

Citibanamex

Ofrece

Financiamiento empresarial

Respaldamos tus planes de crecimiento con nuestros créditos

Conoce los beneficios que tenemos para hacer crecer tus proyectos y capital de trabajo

- Respaldo de Capital

Contamos con diferentes alternativas de financiamientos para tu negocio.

- Adquisición de Activos

Tenemos distintos tipos de crédito para la adquisición de activos fijos.

- Alcance Global

Te apoyamos en la intermediación de tus operaciones con clientes y/o proveedores.

Sus soluciones para comercio internacional

Te apoyamos a intermediar tus operaciones con clientes y/o proveedores

<https://www.banamex.com/es/empresasygobierno/financiamiento/index.html?solucion=comerciointernacional>

- **Seguros de crédito a la exportación**

El seguro de crédito a la exportación ofrece cobertura a los intervinientes en operaciones de comercio internacional, tanto empresas exportadoras o inversoras como bancos, frente a los riesgos políticos, comerciales y extraordinarios asociados a la actividad internacional. De esta forma, sirve para asegurar operaciones comerciales.

Algunas instituciones que ofrecen dichos créditos en México son las siguientes:

Cesce

Las distintas modalidades de seguro a la exportación amparan frente a riesgos tales como el impago de un crédito o pago aplazado por parte del comprador o deudor extranjero, la ejecución indebida de un aval, la imposibilidad de llevar a cabo un contrato debido a una situación de violencia política, etc

Productos de la póliza de crédito a la exportación

CESCE, actuando por cuenta del Estado, acompaña a las empresas cubriendo los riesgos que pueden derivarse de un contrato de exportación de bienes y servicios españoles o de un proyecto de inversión. Existen diferentes modalidades de seguro a la exportación, en función del contratante del seguro, las características de la operación y la naturaleza de los riesgos a cubrir.

Modalidades de seguro a la exportación en las que el Exportador es el asegurado:

- **Cobertura de avales:** Cuando el exportador deba prestar alguna fianza derivada de un contrato de exportación ante un comprador extranjero o autoridades del país de destino, la póliza de Fianzas a Exportadores asegura al Exportador frente a los riesgos de ejecución indebida de las fianzas por parte del contratante extranjero con un porcentaje de cobertura del 99% de riesgos comerciales, políticos y extraordinarios.
- **Riesgo de impago o de resolución indebida de un contrato de exportación:** A través de las Pólizas de Crédito Suministrador o de Obras, CESCE cubre al exportador tanto del posible impago de un contrato de exportación (o de obras en el extranjero), como del riesgo de la resolución anticipada del contrato, con un porcentaje de cobertura de hasta el 99% de los riesgos políticos y comerciales. A través de esta póliza se puede favorecer la obtención de financiación mediante el descuento de los derechos de cobro de un contrato, permitiendo la designación como beneficiario al banco que descuenta y transfiriéndole el derecho a percibir la indemnización en caso de impago.

- **Seguros de inversiones en el exterior:** Los seguros de inversiones en el exterior ofrecen cobertura frente a los riesgos políticos derivados de las inversiones en el exterior mediante la creación de una empresa extranjera, la adquisición total o parcial de una empresa extranjera ya existente o la participación en la ampliación de capital de la empresa extranjera o en su dotación patrimonial.
- **Póliza de inversiones para inversores:** La Póliza de Inversiones para Inversores cubre los riesgos de expropiación, confiscación, nacionalización o medidas equivalentes, así como los de violencia política, transferencia y falta de convertibilidad o incumplimiento de compromisos por parte de las autoridades y entidades públicas extranjeras.

Modalidades de seguro a la exportación en las que las entidades financieras son las aseguradas

- **Créditos de circulante:** A través de la Póliza de Créditos de Circulante ofrece cobertura a las Entidades Financieras que otorgan un crédito a una empresa española para financiar sus contratos o proyectos de exportación o internacionalización.
- **Emisión de avales:** A través de la Póliza de ejecución de avales CESCE ofrece cobertura para asegurar operaciones comerciales en las que el exportador deba prestar algún aval, derivado de un contrato de exportación, ante el comprador extranjero o autoridades del país. La póliza asegura a la entidad financiera que emite el aval en nombre del exportador el riesgo de impago por parte de este último en caso de ejecución del aval.

- **Financiación de inversiones en el exterior:** A través de la Póliza de Inversores para Financiadores CESCE ofrece cobertura a los bancos que concedan un préstamo a la filial extranjera de una empresa española, en caso de impago de dicho préstamo como consecuencia del acaecimiento de un suceso de índole política.
- **Confirmación de créditos documentarios:** A través de la Póliza de seguro de créditos documentarios, CESCE asegura a las entidades financieras, frente al riesgo de impago por parte del banco emisor extranjero. Esta cobertura de seguro se puede contratar operación a operación (póliza individual) o para carteras de operaciones con un país (póliza abierta).
- **Financiación al comprador extranjero:** A través de la Póliza de Crédito Comprador ofrece cobertura a las entidades financieras que otorgan un crédito a un deudor extranjero para la adquisición de bienes y servicios españoles. Este seguro cubre al banco frente al riesgo de impago de dicho

Requisitos y condiciones

Cada modalidad de seguro de exportación ofrece diferentes tipos de cobertura en función de las características de la operación comercial a asegurar, los riesgos a cubrir y el tomador del seguro, con el fin de apoyar las exportaciones y la internacionalización de las empresas españolas.

CESCE puede asistir y asesorar en todo el proceso, desde que se detecta la oportunidad

de negocio o la consulta sobre las condiciones de cobertura hasta la tramitación final de la póliza que finalmente se contrata entre el exportador y la entidad financiera.

¿Qué riesgos cubre el seguro de crédito a la exportación?

Los tipos de riesgo cubiertos por el seguro de crédito a la exportación son diversos, pero se agrupan en dos tipos principales:

- **Riesgos comerciales:** Son los más habituales en la actividad empresarial y resultan/derivan en el impago del crédito por parte del comprador privado ya sea por insolvencia de hecho o de derecho.
- **Riesgos políticos y extraordinarios:** Además del incumplimiento de la obligación de pago del crédito por parte del comprador público, se trata de ciertos acontecimientos que tengan lugar en el país, tales como guerras civiles, desastres naturales, sublevaciones, confiscaciones, prohibiciones a la importación o nuevas medidas gubernamentales y que produzcan un perjuicio económico al crédito.

Contacto

Llámanos **900 115 000** Horario de Atención al Cliente de 8:30 a 19:00 de lunes a jueves y de 8:30 a 16:00 los viernes

Escríbenos en Twitter @cesce_es Servicio de consulta en Twitter 24x7

Sitio web: <https://www.cesce.es/es/cuenta-del-estado/seguro-de-credito-exportacion>

MAPFRE

Nuestra póliza PYME es la opción ideal para pequeñas y medianas empresas. Un producto meticulosamente elaborado para ajustarse a las demandas presentes y futuras de tu compañía. Este seguro no solo brinda protección financiera, sino que también se posiciona como un aliado estratégico, proporcionando tranquilidad y respaldo a medida que tu empresa avanza en el cambiante panorama empresarial.

¿Cómo funciona la póliza Pyme?

Una vez contratada, Solunion se encarga de monitorear la solvencia de tus clientes y proporcionarte informes detallados. En caso de impago, la póliza cubre el monto asegurado, protegiendo tu negocio y permitiéndote mantener un flujo de efectivo estable.

La póliza Pyme no solo ofrece protección contra impagos, sino también herramientas de gestión de riesgos que son fáciles de implementar y utilizar. Esto permite a las pequeñas y medianas empresas concentrarse en crecer y expandirse sin la preocupación constante de los riesgos financieros.

Características de la póliza PYME

Fácil de contratar y de gestionar.

Prima fija sin ajustes.

Cobertura de crédito automática para tus clientes.

Servicio integral de recobro basado en éxito.

Máxima sencillez administrativa.

Pólizas para el mercado doméstico o el de exportación

Beneficios y Ventajas

La Póliza PYME ofrece una serie de Beneficios y Ventajas que debes conocer:

- **Cobertura específica para pymes:** diseñada para abordar las necesidades particulares de las pequeñas y medianas empresas.
- **Evaluación de la solvencia de clientes:** proporciona un análisis continuo de la solvencia de tus clientes, ayudándote a tomar decisiones informadas.
- **Herramientas de gestión de riesgos fáciles de usar:** acceso a herramientas que simplifican la gestión del riesgo de crédito.
- **Protección contra impagos:** cubre el riesgo de impagos, asegurando que tus ventas a crédito no se conviertan en pérdidas.
- Impulsa el desarrollo y crecimiento de tu empresa.
- Brinda la confianza de un crecimiento respaldado, asegurando protección inquebrantable contra incumplimientos.
- Ofrece cobertura de crédito automática para tus clientes, simplificando las operaciones comerciales.

- Accede a un servicio integral de recobro basado en el éxito, garantizando la recuperación efectiva de deudas.
- Disfruta de una administración sin complicaciones con máxima sencillez.
- Pólizas adaptadas a tus necesidades, ya sea en el mercado doméstico o de exportación.

Contacto:

A través de nuestros Servicios telefónicos

Oficina México

Gral. Mariano Escobedo 476, Piso 15
11590 Miguel Hidalgo Anzures

Tel: (+52) 55 5201 7900

A través de internet

ingresa a www.solunion.mx

Sitio web: <https://www.mapfre.com.mx/empresas/seguros-credito/seguro-credito-exportacion/>

CAPÍTULO 11. ECONOMÍA CIRCULAR

Introducción

La economía circular es un enfoque de producción y consumo que busca reducir los desechos al mínimo, optimizando el uso de los recursos. A diferencia del modelo económico lineal tradicional, que sigue el esquema de "tomar, hacer y desechar", la economía circular propone un ciclo en el que los productos y materiales se mantienen en uso el mayor tiempo posible. Esto se logra mediante estrategias como la reutilización, la reparación, la refabricación y el reciclaje, que permiten dar una nueva vida a los productos y recursos.

El objetivo principal de la economía circular es minimizar el impacto ambiental y promover un uso más eficiente de los recursos naturales. Al hacerlo, también contribuye a la creación de un sistema económico más resiliente y sostenible, en el que se pueden reducir los costos y aumentar la innovación en sectores como la tecnología, la moda y la agricultura. Además, esta transición hacia una economía circular es clave en la lucha contra el cambio climático, ya que reduce las emisiones de carbono y la extracción de materiales.

Este modelo no solo aboga por cambios en la manera de producir y consumir, sino que también impulsa una transformación cultural y social, incentivando a los consumidores a tomar decisiones más sostenibles y a las empresas a adoptar prácticas que respeten el entorno y favorezcan la economía a largo plazo. La economía circular representa, por tanto, una alternativa viable y necesaria para asegurar un futuro próspero y sostenible para el planeta.

Definición

La economía circular es un modelo de producción y consumo que busca reducir al máximo el desperdicio de recursos, promoviendo su reutilización y reciclaje. A diferencia del modelo económico tradicional, que sigue un proceso lineal de "extraer, producir, consumir y desechar," la economía circular propone un ciclo cerrado en el que los materiales se mantienen en uso durante el mayor tiempo posible. Esto se logra mediante prácticas como el diseño sostenible de productos, el reciclaje, la reparación, la refabricación y el uso de energías renovables.

Importancia

Su importancia radica en varios aspectos clave:

Reducción de residuos y contaminación: Al reutilizar y reciclar materiales, se minimiza la cantidad de residuos que terminan en vertederos y océanos, reduciendo también la contaminación del suelo, aire y agua. Esto tiene beneficios directos para la salud de las personas y la biodiversidad.

Conservación de recursos naturales: En lugar de explotar recursos finitos constantemente, la economía circular promueve su conservación mediante el reciclaje y el uso de fuentes renovables. Esto ayuda a evitar la sobreexplotación y a garantizar que las futuras generaciones también puedan acceder a esos recursos.

Mitigación del cambio climático: Al reducir la extracción de recursos, disminuir el consumo de energía y prolongar la vida útil de productos, la economía circular contribuye a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, lo que es esencial para combatir el cambio climático.

Impulso a la innovación: Adoptar un modelo circular impulsa a las empresas a innovar en sus procesos de diseño, producción y distribución. Esto puede llevar a productos y servicios más eficientes, duraderos y con menos impacto ambiental.

Desarrollo de nuevas oportunidades económicas: La economía circular abre oportunidades de empleo en sectores como el reciclaje, la reparación, la remanufacturación y el diseño sostenible. Además, permite a las empresas ahorrar costos a través de un uso más eficiente de los recursos y mejorar su competitividad.

Creación de un sistema económico más resiliente: Al depender menos de la extracción de materias primas, la economía circular permite una mayor estabilidad frente a fluctuaciones de precios y escasez de recursos, creando una economía más fuerte y resistente a las crisis.

Estos beneficios hacen de la economía circular un modelo esencial para alcanzar un desarrollo sostenible y un futuro más equilibrado entre crecimiento económico y cuidado del medio ambiente.

Objetivos

El objetivo principal de la economía circular es crear un sistema sostenible que minimice el desperdicio de recursos y la contaminación, al tiempo que promueve el uso eficiente y prolongado de los materiales. En lugar de un modelo de consumo que agota los recursos y genera residuos, la economía circular busca mantener los materiales en uso, regenerando recursos y cerrando ciclos en los procesos de producción y consumo.

Puntos específicos:

Reducir el impacto ambiental: La economía circular se propone minimizar las emisiones contaminantes y el desperdicio, protegiendo así el medio ambiente y mejorando la calidad de vida.

Conservar y regenerar recursos naturales: Promueve el uso de fuentes renovables y el reciclaje, evitando la sobreexplotación de recursos finitos y fomentando la regeneración de ecosistemas.

Optimizar el ciclo de vida de los productos: A través de prácticas como el diseño sostenible, la reparación y la reutilización, la economía circular maximiza la duración de los productos y minimiza la generación de residuos.

Impulsar la eficiencia económica y la innovación: La economía circular fomenta la creación de modelos de negocio más eficientes, promoviendo la innovación en el diseño de productos y la mejora de procesos para reducir costos y aumentar el valor de los productos.

Promover una cultura de consumo responsable: Incentiva a consumidores y empresas a tomar decisiones sostenibles, reduciendo el consumo innecesario y favoreciendo un modelo de consumo más consciente y responsable.

Ventajas y desventajas de la economía circular

Ventajas de la economía circular

Reducción de residuos: Al fomentar el reciclaje, la reutilización y la reparación, se disminuye la cantidad de desechos enviados a vertederos, lo que contribuye a la reducción de la contaminación.

Conservación de recursos naturales: La economía circular ayuda a reducir la demanda de materias primas, disminuyendo así la presión sobre los recursos naturales y ayudando a conservarlos para futuras generaciones.

Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero: Al optimizar los procesos y reducir el consumo de recursos, disminuye la emisión de gases contaminantes, contribuyendo a la mitigación del cambio climático.

Ahorro económico: Las empresas pueden reducir costos al reutilizar materiales y aprovechar los residuos como recursos. Esto también puede traducirse en precios más competitivos para los consumidores.

Impulso a la innovación: La economía circular incentiva a las empresas a crear productos y procesos más sostenibles, promoviendo la innovación y el diseño ecológico.

Creación de empleos verdes: El modelo circular genera nuevas oportunidades de empleo en áreas como la reparación, el reciclaje y la innovación en sostenibilidad, lo que puede fortalecer la economía local.

Mayor resiliencia: Al reducir la dependencia de recursos externos y fluctuantes, las economías que adoptan modelos circulares son más resistentes a las crisis de suministro y a la volatilidad de precios en materias primas.

Desventajas de la economía circular

Altos costos de transición: Cambiar de un modelo lineal a uno circular puede requerir una inversión significativa en infraestructura, tecnología y capacitación, especialmente para empresas pequeñas.

Cambio cultural y de comportamiento: Para que la economía circular funcione, es necesario un cambio en la mentalidad de consumidores y empresas, que deben adoptar prácticas de consumo y producción sostenibles, lo cual puede ser lento y difícil de lograr.

Complejidad en el diseño de productos: Crear productos diseñados para durar, ser reparables y reciclables implica desafíos técnicos y económicos, y a veces resulta complicado en productos con componentes complejos.

Falta de regulación e incentivos adecuados: En muchos lugares, las políticas y regulaciones no están lo suficientemente desarrolladas para incentivar la economía circular, lo que puede limitar su adopción a gran escala.

Dificultades en la cadena de suministro: La implementación de procesos de reutilización y reciclaje puede requerir una logística más compleja, especialmente en industrias que dependen de materiales específicos o de alta calidad.

Dependencia de tecnologías sostenibles: La economía circular requiere tecnologías avanzadas para la recuperación, el reciclaje y el procesamiento de materiales, lo cual puede ser costoso y no siempre está disponible en todas las regiones.

Incertidumbre en el retorno de inversión: En algunos casos, las empresas pueden tardar en ver los beneficios económicos de adoptar prácticas circulares, lo que podría desincentivar su inversión en este modelo.

Sugerencia a los empresarios para la reducción de desperdicio en la producción

Mostrar beneficios económicos y competitivos

- **Reducción de costos:** Explicarles cómo el uso de materiales reciclados, el diseño modular y los procesos eficientes pueden reducir costos de producción y de gestión de residuos a largo plazo.
- **Aumento en la retención de clientes:** Los consumidores están cada vez más interesados en productos sostenibles, lo que significa que los productos duraderos y reciclables pueden generar fidelización.
- **Creación de nuevos flujos de ingresos:** Los productos diseñados para ser reparados y actualizados (en lugar de desechados) pueden ofrecer ingresos adicionales a través de servicios de mantenimiento, reparación y actualización.

Argumentar la oportunidad de mejorar la reputación de la marca

- **Reconocimiento en sostenibilidad:** Al adoptar prácticas sostenibles, los empresarios pueden posicionar sus marcas como líderes en responsabilidad ambiental, ganando la preferencia de consumidores y posibles socios comerciales.
- **Cumplimiento de regulaciones futuras:** La tendencia global hacia políticas ambientales más estrictas sugiere que las regulaciones en sostenibilidad se volverán más rigurosas. Estar a la vanguardia facilita el cumplimiento de futuras normas, evitando costos adicionales y mejorando la reputación.

Fomentar el diseño sostenible como una ventaja competitiva

- **Diseño para la durabilidad y la facilidad de reparación:** Al diseñar productos que duren más tiempo o que sean fácilmente reparables, las empresas pueden diferenciarse en el mercado y mejorar la satisfacción del cliente.
- **Aprovechar la modularidad:** Fomentar el uso de diseños modulares, que permiten a los clientes actualizar o reemplazar partes específicas, alarga la vida útil del producto y aumenta las posibilidades de reutilización y reciclaje.

Facilitar el acceso a herramientas y tecnología para reducir desperdicios

- **Invertir en tecnologías de producción más eficientes:** La automatización, la manufactura aditiva (como la impresión 3D) y otras tecnologías avanzadas pueden reducir el desperdicio en el proceso de producción.
- **Incentivar el uso de materiales reciclados:** Mostrar cómo el uso de materiales reciclados o reciclables puede integrarse en los productos para facilitar su reintegración en el ciclo productivo al final de su vida útil.

Argumentar la economía circular como una inversión de futuro

- **Menor vulnerabilidad ante la escasez de materias primas:** Al reducir la dependencia de materiales nuevos, las empresas se vuelven menos vulnerables a fluctuaciones de precios y escasez de recursos naturales.
- **Aprovechar los incentivos gubernamentales:** Muchos gobiernos ofrecen subsidios, incentivos fiscales y financiación a empresas que implementen prácticas sostenibles, lo que puede reducir costos iniciales.

Ejemplos de éxito y estudios de caso

- **Compartir historias de empresas exitosas:** Presentar ejemplos de empresas líderes que han adoptado estos enfoques sostenibles con éxito puede motivar a otros empresarios a seguir su ejemplo. Mostrarles casos en los que los productos de larga duración y el reciclaje hayan tenido un impacto positivo en los ingresos y la satisfacción del cliente.

Evidencias y datos de sostenibilidad: Compartir estudios de mercado que demuestren cómo la preferencia de los consumidores por productos sostenibles está aumentando y cómo la economía circular puede generar un retorno de inversión.

Empresas que utilizan material reciclado

Nestlé

Nestlé México ha establecido compromisos claros para impulsar el uso de recursos renovables, operar de manera más eficiente, reducir desperdicios, mejorar la gestión del agua y llevar a cabo acciones para proteger al medio ambiente. Por lo que esta compañía de origen suizo tiene en marcha la [Iniciativa RE](#), enfocada en impulsar la cultura del reciclaje en el país y fomentar la adopción de nuevos hábitos y comportamientos sobre la gestión de residuos posconsumo, a partir de tres premisas fundamentales: Reducción, Reúso y Reciclaje.

De la mano de dicha iniciativa, se creó Trash-Later, el primer traductor de basura con el que los consumidores pueden aprender a reciclar correctamente sus residuos. Para lograrlo, solo deben ingresar al portal, tomar una foto del producto que deseen reciclar o escribir una palabra clave y el sistema les indicará de qué material está hecho, consejos para saber cómo acopiarlo en casa y ubicar dentro del mapa de ECOLANA el centro de acopio más cercano a su domicilio.

Asimismo, la estrategia global de Nestlé sobre “Empaques Sustentables” cuenta con cinco pilares estratégicos:

1. Reducir el uso de envases y plástico virgen, eliminar los envases y embalajes innecesarios y aquellos elaborados con materiales que son difíciles de reciclar.
2. Ampliar la oferta de empaques para reusar y rellenar, e invertir en sistemas de suministro alternativos.
3. Ser pioneros en el uso de materiales alternativos y rediseñar mejores materiales de embalaje.

4. Reciclar y promover la implementación de esquemas de responsabilidad ampliada del productor. Continuar trabajando en la recolección y reciclaje de plásticos.
5. Fomentar nuevos comportamientos, a través del trabajo colaborativo con socios externos que permitan a la comunidad repensar y ser partícipe de un cambio cultural.

Para lograrlo, Nestlé tiene el compromiso de conseguir que 95% de los empaques plásticos producidos estén diseñados para ser reciclados o reutilizados para el 2025, con la intención de alcanzar el 100%. Puesto que la innovación y la tecnología juegan un papel fundamental para lograr un futuro libre de residuos. Por lo que ha invertido en proyectos como el primer Instituto Ciencias del Empaque de Nestlé, para desarrollar soluciones de empaque funcionales y amigables con el medio ambiente.

Además, desde el 2020, Nestlé se convirtió de manera voluntaria, en la primera compañía en el país en lograr neutralizar el 100% del plástico equivalente que utiliza anualmente, como parte del camino para reducir la huella de plásticos en el ambiente.

Grupo Bimbo

En Grupo Bimbo trabajan por la sustentabilidad desde el diseño, garantizando la calidad e inocuidad de los productos que llegan a las manos de nuestros consumidores, y evitando al mismo tiempo el desperdicio en toda la cadena de valor.

Para lograrlo, se enfocan en adoptar procesos de innovación que les permitan cumplir con los estándares que requieren nuestros productos, optimizar y reducir la cantidad de empaque utilizado y asegurar que los materiales sean aptos para su reciclaje post-consumo. A partir de esta visión, los proyectos destacados en 2022 son los siguientes:

1. Reducción de plástico en empaque

En el último año redujeron alrededor de 350 toneladas de plástico, disminuyendo el espesor y dimensiones de sus materiales.

2. Innovación en empaques

Utilizan el 91% de materiales de empaque reciclables y en 2022 continuaron desarrollando proyectos para lograr sustituir los materiales no reciclables restantes. Con la implementación de estos proyectos, esperamos alcanzar el 94% de materiales reciclables al concluir 2023, y, desde 2010, han logrado reducir 5.1 millones de kilogramos de plástico.

3. Papel y cartón

En Grupo Bimbo tienen el compromiso de lograr que el 100% de sus empaques de papel y cartón provengan de fuentes certificadas sustentables y/o recicladas. Por lo que ya han logrado un avance del 73%.

4. Circularidad

Se han desarrollado proyectos enfocados a mejorar la calidad de sus empaques, al usar solo el insumo necesario y asegurar que provengan de materiales de reciclaje simple que faciliten su correcta disposición.

5. Programas post-consumo

Estos son algunos de los programas post consumo que les han permitido promover el reciclaje y avanzar en diferentes países y operaciones:

- En Estados Unidos, de la mano de Terracycle, han evitado que 2 toneladas de bolsas de pan lleguen a rellenos sanitarios.
- En México, con ECOCE, recuperaron 18,800 toneladas de empaque post-consumo
- En Latin Centro, con Visión 2030, recuperaron 174 toneladas de empaques post-consumo como resultado del primer año de la alianza.
- En Brasil con DAMF, recuperaron 164 toneladas de envolturas.
- En Europa con ECOEMBES y Ponto Verde han recuperado más de 211 toneladas de plástico.

6. Gestión de residuos

En Grupo Bimbo se generan residuos derivados de las actividades propias de la Organización, tanto por los procesos operativos como por las personas que participan en ellos. De ambas fuentes, se lleva a cabo un monitoreo y control interno con el fin de desviar el 100% de los residuos del relleno sanitario generados en nuestros centros de trabajo, promoviendo el reciclaje y la reutilización.

Nike

Nike se esfuerza por promover el reciclaje y la economía circular a través de varias iniciativas. Por lo que la empresa diseña productos duraderos que pueden ser reutilizados y reciclados al final de su vida útil, al mismo tiempo que invita a los clientes a aprovechar los servicios de sustentabilidad disponibles en las tiendas Nike locales, donde se aceptan artículos usados para donación o reciclaje.

Entre sus aportaciones más destacables está la iniciativa «[Move to Zero](#)», un compromiso para alcanzar cero emisiones de carbono y cero residuos, ya que Nike se enfoca en reducir su huella de carbono, gestionar adecuadamente los desechos, conservar el agua y mejorar la sostenibilidad química. En su cadena de suministro

extendida, Nike ha logrado desviar el 100% de los desechos de los vertederos y reciclar al menos el 80% de ellos en productos nuevos.

Además, Nike apuesta por materiales sostenibles e innovadores. Por ejemplo:

- **Poliéster reciclado** fabricado a partir de botellas de plástico, lo que reduce las emisiones de carbono y evita que millones de botellas terminen en vertederos y vías fluviales.
- **Algodón orgánico** certificado, obtenido a través de la Better Cotton Initiative (BCI), que promueve prácticas sostenibles en el cultivo de algodón.
- **Nailon reciclado**, que se obtiene a partir de materiales como alfombras y redes de pesca usadas. El cual reduce significativamente las emisiones de carbono en comparación con el nailon virgen.

Con estas acciones y elecciones, Nike busca transformar significativamente la industria de la moda para que se adapte a las necesidades del mundo actual. Mientras que impulsa la economía circular y se esfuerza por reducir el impacto ambiental de sus productos y promover el reciclaje.

Empresas para la recuperación de materiales

Grupo Herdez

El líder en el sector de alimentos procesados en México y de comida mexicana en Estados Unidos. Ha buscado usar los recursos naturales de manera más eficiente y ha procurado una mayor reincorporación de sus residuos en nuevas cadenas valor.

Ejemplo de ello es que en los resultados de 2019 generaron más de 42 mil toneladas de residuos, de los cuales el 75% entró en un proceso de reciclaje.

Esto lo lograron en alianza con ECOCE, asociación ambiental que cuenta con un plan de manejo y recuperación de residuos de envases y empaques post consumo para integrarlos a un proceso de reciclaje.

Grupo Danone

Es otra empresa que pone en práctica “las 3R”. A través de su marca **BONAFONT**, implementó una de las primeras botellas hechas de otras botellas con sus presentaciones de 6 y 10 litros.

Desde el año pasado evolucionaron hacia una nueva botella reciclada, hecha 100% de otras botellas. Además, sus garrafones son presentaciones retornables y es el único “garrafont” hecho con plástico reciclado.

La Costeña y La Moderna

Además de cultivar y elaborar sus propios ingredientes y alimentos, también contribuye al cuidado del medio ambiente con el desarrollo de envases reciclables como sus latas.

La Moderna, empresa que produce pastas, galletas y harinas en México, también impulsa la cultura del acopio y reciclaje de sus empaques con distintas asociaciones, como ECOCE, con quienes se dedican a la recuperación de residuos de envases y empaques de productos de la industria de bebidas y alimentos.

ECOCE es el primer organismo en México en proponer acciones concretas sobre el manejo adecuado de los residuos de envases y empaques y opera en México el Plan Nacional Privado Colectivo de Manejo de Residuos de Envases Post- Consumo de PET, PEAD, Aluminio y otros materiales registrados ante la SEMARNAT y SEDEMA-CDMX.

Dentro de esta asociación también participan marcas como La Lechera, Quaker, Sabritas, Verde Valle, Barcel, Lala, Jumex, Jugos del Valle entre otros. Con las que puedes estar

seguro de que estarás contribuyendo a una estrategia en materia de manejo de residuos y reciclaje.

Distintivo ESR

El **Distintivo ESR**® es un reconocimiento otorgado anualmente en México por el **Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)** y **AliaRSE**.

El distintivo no es una **certificación de RSE** porque no se trata de un proceso de auditoría. Se trata de un proceso autodiagnóstico de varias áreas de la empresa.

El Distintivo agrega **valor a la marca y rentabilidad**, ya que acredita a la empresa ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad, como una organización comprometida públicamente con la **responsabilidad social**.

El **Distintivo ESR**® no es un compromiso de una sola vez, debe refrendarse año con año para mantener vigente la cultura de la **responsabilidad corporativa**.

El **Distintivo ESR**®, como marca, puede ser utilizado, en todos los comunicados, transportes, productos y materiales de la compañía, haciendo pública su obtención.

Hoy en día, los beneficios de ser una empresa socialmente responsable son muchos:

Las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de **Empresas Socialmente Responsables, ESR**, para evaluar los riesgos de sus préstamos o inversiones.

Publicaciones como **Industry Week** han mostrado que la mitad del rendimiento superior a la media de una **empresa socialmente responsable**, puede atribuirse a esa característica.

Está demostrado que cuando se elige entre dos marcas de la misma calidad y precio, la **responsabilidad social** afecta en la decisión de compra por encima del diseño, la innovación y la lealtad de la marca.

El 70% de los consumidores dice estar dispuesto a pagar más **por una marca socialmente responsable, especialmente los millennials.**

La obtención del **Distintivo ESR** ® se basa en un proceso de autodiagnóstico, documentado por la empresa y verificado por el **Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)**.

El Distintivo ESR ® es otorgado a aquellas empresas que superen el 75% del índice RSE.

Proceso para obtener el Distintivo ESR

Las empresas interesadas en obtenerlo deben cubrir un monto de inscripción ante Cemefi, que está determinado con base en el número de colaboradores y al sector al que se pertenece. También se debe llenar un formulario y presentar algunos documentos.

Puede descargar la siguiente Guía para conocer el Proceso de Cómo obtener el Distintivo ESR.

¿Cuánto cuesta obtener el Distintivo ESR?

Los presupuestos varían de acuerdo con el tamaño de la organización y el número de empleados.

Solo el Cemefi decide a qué empresas otorga el Distintivo ESR, sin embargo, tenemos mucha experiencia y hemos asesorado a organizaciones como:

- LTH

- L'Oréal
- Volkswagen
- Restaurantes Toks
- Cementos Cruz Azul
- Genomma Lab
- Grupak
- ProLogis

Esto brinda la confianza de que su proceso se encuentra en buenas manos.

Glosario

Aduana: Puede referirse a 1) Una autoridad gubernamental designada encargada de cobrar aranceles sobre mercancías importadas o exportadas, o 2) El proceso de cobro de la aduana en sí mismo.

Almacenamiento: Servicio que implica la custodia de mercancías en un lugar seguro hasta su envío.

Altura (en envío): Una de las tres dimensiones principales (las otras son longitud y ancho) de un objeto. La altura se mide desde la base de un objeto hasta la parte superior.

Ancho: La distancia horizontal entre los bordes de un paquete u otro embalaje u objeto. Por el contrario, la altura es la medida de la distancia vertical desde la parte inferior del objeto hasta la parte superior.

Bulto: Término utilizado para referirse a un paquete que se va a enviar sin una forma específica.

Carga: Mercancías transportadas en un barco, avión, tren o vehículo motorizado.

Carga aérea: Transporte de carga por aire; también puede referirse a la carga efectiva que transporta un transportista aéreo.

Carta Porte: Documento que acredita la posesión de la mercancía y el contrato de transporte. Es obligatorio para las empresas de paquetería para que puedan realizar el transporte terrestre de mercancías de forma legal en México. (La empresa de paquetería la genera, pero los datos son proveídos por el remitente y/o destinatario).

Centro de Distribución: Instalación de una empresa de logística donde los paquetes son clasificados y organizados para su entrega.

Centro operativo: Lugar desde el cual se coordinan diversas funciones, como la recepción de paquetes, la clasificación, el enrutamiento, el almacenamiento temporal y la preparación para la entrega.

Cobertura: Área geográfica dentro de la cual una empresa de paquetería ofrece sus servicios.

Código Postal: Sistema de códigos utilizado para organizar y facilitar la entrega de correo y paquetes.

Comprobante de costo: Documento que respalda y verifica los gastos o costos relacionados con una compra, por ejemplo: facturas de compra, recibos, notas de remisión. Incluye información como el monto total, la descripción de los bienes, la fecha de la transacción, los nombres y direcciones del comprador y del vendedor.

Confirmación de Entrega: Método que confirma que el paquete ha sido entregado al destinatario, normalmente consiste en una firma que es visible desde el sitio de la paquetería.

Cotización de envío: Proceso mediante el cual la empresa proporciona a los clientes un cálculo estimado del costo que conlleva enviar un paquete específico. Esta cotización suele depender de varios factores, como el peso del paquete, las dimensiones, los códigos postales, la paquetería seleccionada y el tiempo de entrega.

Daños: Destrucción parcial o completa de mercancías en almacenamiento definitivo, almacenamiento temporal o tránsito.

Destinatario: Persona o empresa que recibe un paquete enviado a través de un servicio de paquetería.

Devolución de Mercancía: Proceso por el cual el cliente devuelve un producto al vendedor después de la compra. Normalmente se realiza a través de un servicio de paquetería.

Días hábiles: Los días hábiles considerados para movimiento de envíos van de lunes a viernes con todas las paqueterías exceptuando los días festivos.

Dimensiones: Las mediciones de longitud, ancho y altura que se utilizan para calcular las dimensiones de un envío.

Dropshipping: Modelo de negocio donde los minoristas no mantienen los productos en stock, en su lugar, transfieren las órdenes de los clientes a un tercero que los envía directamente.

E-commerce (Comercio Electrónico): Compra y venta de bienes y servicios a través de internet. En el contexto de un envío, es el proceso mediante el cual un cliente realiza una compra en línea.

E-Logistics: Aplicación de tecnología digital en la gestión de logística.

Embalaje: Se conoce como embalaje terciario o reembajale, y son todos los materiales y procedimientos que sirven para proteger para transportar una mercancía, por ejemplo, una caja.

Empaque: Suele referirse a los materiales que se utilizan para envolver, atar o fijar las mercancías que se envían. El embalaje exterior puede incluir cajas de cartón, sobres, etc. El embalaje interior puede incluir bolsas de aire y materiales triturados.

Envío local: Entrega de un paquete dentro de un área geográfica específica o localizada. Generalmente implica que el destino del envío se encuentra en proximidad física al lugar de origen, y el transporte del paquete se realiza dentro de los límites de una ciudad, región o área cercana.

Envío nacional: Envío de paquetes dentro del mismo país.

Envío internacional: Envío de paquetes entre diferentes países.

Envío de carga: Servicio de envío de productos que pesan más de 65kg, y que tienen medidas de más de 1.5 metros, es decir, se refiere al transporte de objetos muy grandes o pesados y que no se consideran como “paquetería”.

Entrega a domicilio: Servicio de entrega de paquetes directamente en la dirección del destinatario.

Entrega Aproximada: El rango de tiempo en el que se espera que un paquete sea entregado.

Entrega en el Mismo Día: Servicio de paquetería que garantiza la entrega del paquete en el mismo día que se recoge. **Método de pago**

Etiqueta de envío: Etiqueta adherida al paquete que contiene información como la dirección de origen y destino, número de seguimiento, etc.

Factura Comercial: Documento que contiene la información necesaria para el despacho aduanal y para determinar los aranceles adecuados.

Hora de Corte: Hora límite para entregar un paquete en la sucursal de paquetería para que sea puesto en ruta de envío ese mismo día.

Mayorista: Un intermediario en la cadena de distribución que compra bienes en grandes cantidades a los fabricantes o productores y luego los vende en cantidades más pequeñas a minoristas u otros distribuidores.

Mensajero: Persona encargada de recoger y entregar paquetes.

Inventario: Lista actualizada de los productos que tiene una empresa.

Intermodal: El transporte coordinado de mercancías a través de distintos modos de transporte.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Es un impuesto indirecto que se aplica sobre la base del valor añadido en cada etapa de producción o comercialización de bienes y servicios, hasta la venta final para su consumo.

Logística Inversa: Proceso de planificar, implementar y controlar el flujo eficiente de mercancías devueltas (devoluciones).

Longitud: Una de las tres dimensiones principales de un envío (las otras son ancho y altura).

Método de pago: Las opciones de pago del expedidor (remitente) incluyen tarjetas de crédito, tarjetas de débito, transferencia electrónica de fondos, depósitos, etc. Se acepta efectivo en circunstancias limitadas.

Minorista: Es un intermediario en la cadena de distribución que compra productos en cantidades relativamente pequeñas a los mayoristas.

Número de Rastreo (Tracking Number): Número único asignado a cada envío para su seguimiento, también se le conoce como número de guía.

Orden de envío/Orden de entrega: Un documento de un transportista de envíos que le da indicaciones a un operador de terminal o a un agente de envío para liberar carga o mercancías al agente o al destinatario designado en la guía de embarque.

Paquete: Un paquete, a menudo denominado «paquete pequeño», es para la mayoría de los transportistas, un envío individual de menos de 150 libras.

Paquetería: Una empresa de logística que ofrece servicios de envío y entrega de paquetes que van desde 1kg hasta 70kg normalmente

Perímetro (en envío): Igual a la distancia alrededor de un objeto en su punto más ancho.

Peso bruto: El peso bruto de un objeto se refiere a la suma del peso del objeto más su contenido.

Peso neto: El peso neto indica el peso de las mercancías menos el peso del embalaje o el envase.

Peso dimensional: Refleja la densidad del paquete, que es la cantidad de espacio que ocupa un paquete en relación con su peso real.

Peso volumétrico: Es una medida definida por las paqueterías por acuerdo global, que se calcula con una sencilla fórmula a partir de las medidas de la caja o sobre largo, ancho y alto. Esta medida sirve para conocer la cantidad de espacio que ocupa, a diferencia del peso físico, el cual es únicamente el peso real del paquete.

Peso volumétrico: Es una medida definida por las paqueterías por acuerdo global, que se calcula con una sencilla fórmula a partir de las medidas de la caja o sobre largo, ancho y alto. Sirve para conocer la cantidad de espacio que ocupa, a diferencia del peso físico, el cual es únicamente el peso real del paquete.

Política de Envío: Conjunto de normas y procedimientos que un vendedor establece para enviar productos a los clientes.

Punto de recolección: Lugar designado donde los destinatarios pueden recoger sus paquetes en caso de no poder recibirlos en su domicilio.

Rastreo o Tracking: Se refiere a la información que podrás obtener sobre el estado de tu envío. De esta forma podrás saber la fecha de entrega estimada y la ubicación del paquete a lo largo de la ruta.

Retorno de Mercancía: Proceso mediante el cual los productos son devueltos al remitente por el destinatario.

Seguro de envío: Cobertura adicional que protege el valor de los paquetes en caso de pérdida, daño o robo durante el transporte.

Servicio Ocorre: Con este servicio, el destinatario debe ir directamente a una sucursal de paquetería para recoger su pedido.

Servicio Económico / Terrestre: También es conocido como envío estándar, sin embargo, el nombre puede variar entre diferentes paqueterías. Este servicio se recomienda para envíos menos urgentes.

Sobrepeso: Cada guía que es adquirida por un cliente ampara cierto peso máximo (ya sea peso real o peso volumétrico). Pero es posible que un cliente que por ejemplo haya adquirido una guía de máximo 1kg ampara

Sucursal de Paquetería: Oficina física de una empresa de paquetería donde los clientes pueden dejar o recoger paquetes.

Tarifa de Envío: El costo final que un cliente paga por el servicio de envío de un paquete.

Tarifa de Manejo Especial: Costo adicional que se aplica cuando un paquete requiere manejo adicional debido a su tamaño, forma, fragilidad, entre otros.

Tarifa Plana: Cuando se contrata un envío directo con una empresa de paquetería, el costo del envío dependerá del peso, medidas del paquete, así como de la distancia entre CP de Origen y CP de Destino.

Temporada alta: Período de alta demanda de productos, servicios y capacidad de envío.

Tiempo de tránsito: Período estimado necesario para que un paquete llegue a su destino.

Logística de Última Milla: La fase final de la logística, que implica llevar el producto desde el centro de distribución hasta el destino final del cliente, es el último paso en el proceso de envío.

Valor Declarado: Valor financiero asignado a un paquete por el remitente para propósitos de seguro o aduanas.

Zona extendida: Una zona extendida es un poblado en donde el volumen de envíos en esa zona es bajo, por lo que no amerita tener una ruta diaria por parte de la paquetería y, para llevar un paquete ahí, se cobra un cargo extra adicional al costo de la guía.

Agradecimientos

Agradecemos a todas las personas que han contribuido a la elaboración de este documento, cuya importancia radica en su capacidad para guiar y facilitar el proceso de exportación.

Agradecimientos a:

- BALÁN MARCHENA DANNA KARELY
- BERNABE VELAZQUEZ ALONDRA ESMERALDA
- CADENA HERNÁNDEZ HENRRY
- CENTENO MARTÍNEZ MARCOS
- DOMINGUEZ ORAMA JOSE MANUEL
- GIL FLORES ANA MARIA
- GUICHARD PINTO ZUEMY SOFIA
- GUTIÉRREZ DIONICIO KEYDI YULIETT
- GUZMÁN GÓMEZ TZARA MICHELLE
- HERNANDEZ VAZQUEZ DEYSI ANET
- JIMENEZ HERNÁNDEZ ROXANA

- JIMÉNEZ MARTÍNEZ CLAUDIA
- LÓPEZ DE LA CRUZ DIANA LAURA
- MARTINEZ CAMPOS JAIME ELIAS
- MEDINA CRUZ JOSÉ EDUARDO
- OCHOA COBOS OSCAR MAURICIO
- PONCE REYES ABRIL DEL SOCORRO
- REYES MARIA XIMENA SCARLETTE
- SÁNCHEZ LÓPEZ JORGE EMILIO
- VÁSQUEZ FALCÓN MARIANA
- ZUÑIGA MARIN CELITA DARNEYI

Finalmente, extendemos nuestro agradecimiento al Dr. Marcos Pérez Mendoza por su dirección y apoyo en este proyecto. Su liderazgo ha sido un pilar fundamental en la realización de esta guía.

Referencias

Acuerdo entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). (2020, 1 de julio).

Acuerdo de París. (2015). *Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*.

Acrosslogistics. (2024). *Operador Logístico. Qué es y por qué lo necesitas*.
<https://acrosslogistics.com/blog/operador-logistico>

Almeyda, L. (2023, abril 24). Guía rápida para exportar a Asia exitosamente desde LATAM. *Nowports*. <https://blog.nowports.com/es/guia-exportar-asia-desde-latam>

Ar-Racking. (2021). *Cadena de suministro o supply chain: claves*. <https://www.ar-racking.com/mx/blog/cadena-de-suministro-o-supply-chain-que-es-y-caracteristicas/>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2020). *Ley federal de protección a la propiedad industrial*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.dof.gob.mx>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2019). *Reforma laboral*. Diario Oficial de la Federación. Recuperado de <https://www.dof.gob.mx>

Comisión de Protección de Datos Personales. (2020). *Protección de datos personales*.

<https://www.pdpc.gov.sg/>

Comisión Federal de Comercio. (2020). *Protección al consumidor*. <https://www.ftc.gov/es>

Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE). (2020). *Importancia de la regulación en las cadenas de suministro en México*. <https://www.cofece.mx>

Conekta. (2023). *Evaluación y selección de proveedores: Etapas, criterios y tips*.

<https://www.conekta.com/blog/seleccion-de-proveedores>

Congreso de la Unión. (2010). *Ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares*. Diario Oficial de la Federación. Recuperado de <https://www.dof.gob.mx>

Content, F. (2021, 20 mayo). *Bimbo, Herdez y La Moderna, empresas líderes del reciclaje en México*. Forbes México. <https://forbes.com.mx/ad-bimbo-herdez-la-moderna-empresas-lideres-del-reciclaje-en-mexico/>

Distintivo ESR® ¿Qué es y cómo obtenerlo? (2024, 31 octubre). *Distintivo ESR*. <https://www.distintivoesr.com/>

- Expok. (2023, 17 mayo). *10 empresas comprometidas a promover el reciclaje*. ExpokNews. <https://www.expoknews.com/10-empresas-comprometidas-a-promover-el-reciclaje/>
- Fundación Aquae. (2021, 26 agosto). *¿Por qué es importante la Economía Circular?* - Fundación Aquae. <https://www.fundacionaquae.org/wiki/economia-circular-esencial-la-sostenibilidad/#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20circular%20es%20una%20estrategia%20imprescindible%20para,o%20flujos%20econ%C3%B3micos%20y%20ecol%C3%B3gicos%20de%20los%20recursos.>
- Guía para obtener el distintivo ESR por primera vez. (2022, 7 noviembre). *Consultoría responsable*. <https://www.consultoriaresponsable.com/blog/guia-para-obtener-el-distintivo-esr/>
- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Chimalhuacán. (2015). *Sistemas de gestión ambiental/ Requisitos con orientación para su uso*. https://www.teschi.edu.mx/acerca_del_tecnologico/marco_juridico/PDF/15.17.pdf
- International Organization for Standardization. (2015). *Sistemas de gestión ambiental — Requisitos con orientación para su uso*. Online Browsing Platform. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:es>
- Kantarcigil, G., & Guerra, C. (2024, octubre 24). *Llegó la hora para México y la Unión Europea*. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/colaborador-invitado/2024/10/24/llego-la-hora-para-mexico-y-la-union-europea/>

- Mones, M. (2023, Noviembre 3). *Lista de empaque: ¿Qué es y por qué la necesito para exportar?* Comercio y Aduanas; INCEA. <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/documentosparaexportar/ista-de-empaque/>
- Mundi. (2022, Junio 23). *¿Cómo exportar a Canadá desde México? Conoce los requisitos.* Mundi. <https://mundi.io/exportacion/como-exportar-a-canada/>
- Nina. (2022, 20 junio). *Financiar la empresa.* Secretaría de Economía. <https://e.economia.gob.mx/guias/financiar-la-empresa/>
- Oficina del Comisionado de Privacidad de Canadá. (2020). <https://www.priv.gc.ca/en/>
- Ocampo, A. (2019). *Los beneficios de los tratados comerciales en el desarrollo económico de México.* Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Posgrados Ingeniería. (2020). *Logística internacional: ¿qué es y qué elementos la componen?* Universidad Panamericana. <https://blog.up.edu.mx/posgrados-ingenieria/logistica-internacional-que-es-y-que-elementos-la-componen>
- R. Czinkota, M., & A. Ronkainen, li. (2007). *Marketing international* (8a ed.). CENGAGE Learning.

Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. (2024b, julio 24). *Economía Circular: qué es, principios, objetivos, beneficios y ejemplos*. Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/economia-circular-que-es-principios-objetivos-beneficios-y-ejemplos/>

Reglamento General de Protección de Datos (2016). https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection_en

Secretaría de Economía. (n.d.). *Conoce las Normas Técnicas para exportar*. Gob.Mx. <https://www.gob.mx/se/articulos/conoce-las-normas-tecnicas-para-exportar>

Secretaría de Economía. (n.d.). *Modernización del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM)*. Gob.mx. <https://www.gob.mx/se/articulos/modernizacion-del-tratado-de-libre-comercio-entre-mexico-y-la-union-europea-tlcuem?state=published>

Secretaría de Economía. (2020). *Normas de origen en el T-MEC y su impacto en la industria automotriz*. <https://www.economia.gob.mx>

Secretaría de Economía. (2022, Febrero 15). *Realizar los trámites para exportar a EUA*.
Secretaría de Economía. <https://e.economia.gob.mx/guias/realizar-los-tramites-para-exportar-a-estados-unidos-de-america/>

Secretaría de Economía. (2022, Febrero 8). *Reunir los documentos básicos para exportar*. Secretaría de Economía. <https://e.economia.gob.mx/guias/reunir-los-documentos-basicos-para-exportar/>

Secretaría de Energía. (2021). *Ley de la industria eléctrica*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.dof.gob.mx>

SNICE. (2024). *DRAWBACK*. Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior. <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/progfom.drawback.acercade.html>

SNICE. (2024). *IMMEX*. Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior. <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/progfom.immex.acercade.html>

SNICE. (2024). *PROSEC*. Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior. <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/progfom.prosec.acercade.html>

Solistica. (2023). *Desafíos geopolíticos en la logística internacional: Navegando hacia un futuro más resiliente*. https://doi.org/1002287945/Blog_2022

Thecircularcampus, & Thecircularcampus. (2023, 16 enero). *¿Cómo ayuda la recuperación de residuos y reciclado de materiales a las empresas?* Ecoembes | TheCircularCampus. <https://www.ecoembesthecircularcampus.com/recuperacion-de-residuos/>

Transportemx. (2023, December 7). *Las 9 mejores empresas de logística en México*. Transporte.mx | Transporte En México; Transporte.mx - Transporte en México. <https://transporte.mx/las-9-mejores-empresas-de-logistica-en-mexico/>

Tratado de Asociación Transpacífico. (n.d.). Gob.mx. <https://www.gob.mx/tratado-de-asociacion-transpacifico>

Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea | Gobierno | gob.mx. (n.d.). [Www.gob.mx](https://www.gob.mx). <https://www.gob.mx/tlcuem>