

Índice



6

PASO 1

Estar activo en el Registro Federal de Contribuyentes



8

PASO 2

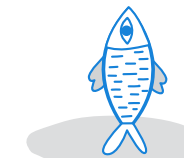
Elaboración de un plan de negocios



12

PASO 3

Requisitos básicos para exportar



16

PASO 4

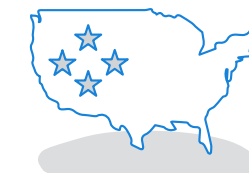
Requisitos adicionales en el caso de alimentos



18

PASO 5

Logística



15

APOYOS Y FINANCIAMIENTOS PARA TUS EXPORTACIONES

Aviso de Responsabilidad

A pesar del esfuerzo hecho para asegurar que los lineamientos contenidos en este documento sean correctos, GS1 México y cualquier otra entidad involucrada en la creación del mismo, declara que este documento es provisto sin garantía alguna, implícita o expresa, considerando, pero no limitando la exactitud, comercialización o idoneidad para cualquier propósito particular, y esta sección deslinda de toda responsabilidad directa o indirecta, por cualquier daño o pérdida en relación al uso del documento. El documento puede ser modificado, sujeto a desarrollos tecnológicos, cambios en los estándares o nuevos requisitos legales. Este documento no representa un estándar ni modelo de operación. GS1 es una marca registrada ante AISBL GS1.

Las marcas nombres comerciales, patentes, o cualquier otro derecho de propiedad industrial y/o intelectual que forme parte de la Información contenida en este documento, son propiedad de sus titulares y sólo son mencionadas con el objeto de ofrecer un servicio de GS1 México.

GS1 México no otorga garantía de la veracidad, utilidad, fiabilidad, licitud e integridad de la Información proporcionada con respecto a servicios prestados por terceros, ni la compatibilidad de estos con los estándares GS1.



Introducción

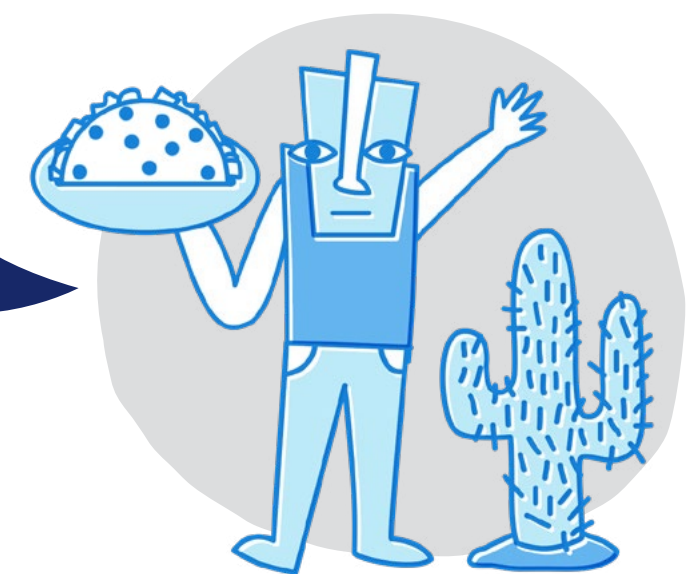
Cada vez más PyMEs buscan aumentar sus ventas, sus beneficios, reducir la dependencia del mercado interno y estabilizar las fluctuaciones estacionales a través de la exportación.

En 2017, México exportó 409 mil 494 millones de dólares al mundo, de los cuales 314 mil 045 millones de dólares se registraron en Estados Unidos, siendo éste el principal destino para el comercio exterior. Estas cifras nos muestran que el mercado estadounidense es, y seguirá siendo, un país con gran potencial, no sólo para el comercio de alimentos mexicanos, sino para muchos productos más gracias a las condiciones geográficas, demográficas, financieras, etcétera.

Pero antes de emprender el viaje de la exportación, necesitas identificar el público objetivo de tu producto y crear un plan estratégico de mercado. Para lo cual, se requiere pleno conocimiento de qué vas a exportar, así como las oportunidades y limitaciones del proceso.

De igual forma, debes tener estudiados tus números de producción tanto local como para exportar, y centrarte en un punto específico para la distribución. Además, hay que tomar en consideración que, si no se cumplen los tiempos de entrega y las cantidades, la reputación de tu empresa puede estar en juego. Para que esto no te suceda, te dejamos una guía de pasos a seguir para introducir tus productos en un mercado con una gran capacidad de negocio como el norteamericano.

Desde hace mucho tiempo los productos mexicanos se han hecho presentes en el mercado internacional, no solamente los elaborados en grandes empresas, sino también de los pequeños y medianos productores que exportan mercancía propia o que proveen sus productos a grandes marcas exportadoras. Por esta razón,



Estar activo en el Registro Federal de Contribuyentes

En México cualquier persona moral o persona física con actividad empresarial puede convertirse en exportadora, sin importar su tamaño, lo que importa es su nivel de competitividad. Tener una empresa legalmente constituida según las leyes fiscales y comerciales del país te permitirá acceder a nuevos mercados internacionales.

Si aún tu compañía no está dada de alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, debes seguir estos pasos:

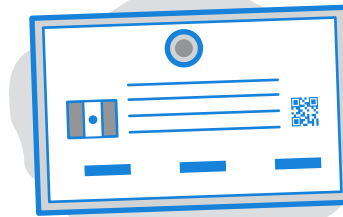
1. Solicitar una cita en el Servicio de Administración Tributaria (SAT)

a través de su página de internet www.sat.gob.mx o por teléfono al 01 800 463 6728. El trámite lo puedes concluir en cualquier Administración Local de Asistencia al Contribuyente del país más cercana al domicilio.

2. Asesórate y decide el régimen fiscal

Ya sea como persona física con actividad empresarial o persona moral.

3. Requerirás los siguientes documentos



1. Clave Única de Registro de Población (CURP) o acta del nacimiento del representante legal



2. Comprobante de domicilio fiscal



3. Acta constitutiva de la empresa (este documento es expedido por un notario público)



4. Identificación oficial vigente (credencial para votar expedida por el INE, pasaporte, licencia de conducir, cédula profesional, credencial del INAPAM para personas adultas mayores)

Estás aquí

Paso 1

Estar activo en el Registro Federal de Contribuyentes

Paso 2

Elaboración de un plan de negocios

Paso 3

Requisitos básicos para exportar

Paso 4

Requisitos adicionales en el caso de alimentos

Paso 5

Logística



Constituye tu empresa Una empresa también puede ser inscrita ante el SAT mediante el notario que realizó su constitución. Para esto necesitas una copia certificada del poder notarial con el que se acredite la personalidad del representante legal o una carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público.

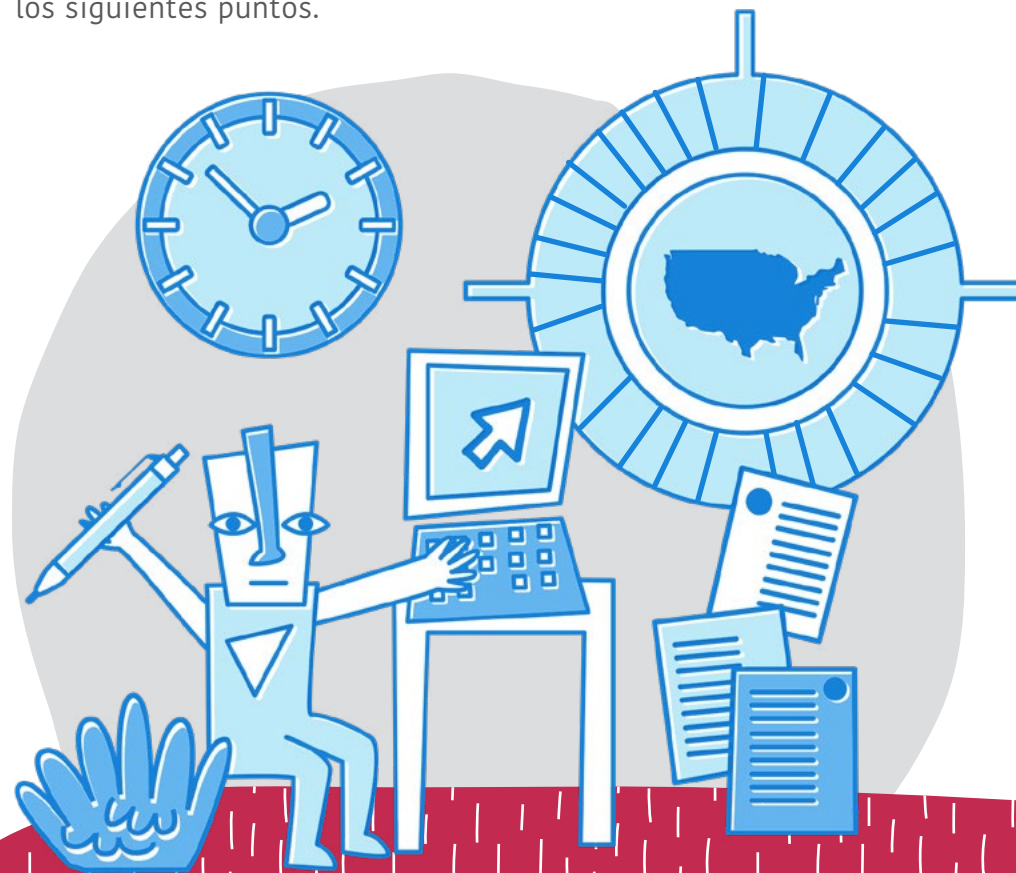
¿Ya tienes constituida una empresa?

Elaboración de un plan de negocios

Crear un plan de negocios para entrar al mercado de Estados Unidos es importante para definir el estado actual de tu empresa, los objetivos internos y el compromiso, pero también es necesario si vas a buscar ayuda para la financiación de las exportaciones, conocer los documentos que necesitarás, así como las restricciones a las que te enfrentarás.

La preparación del plan antes de pedir apoyos económicos a diversas instituciones te puede ahorrar tiempo y dinero.

De igual forma, la realización de un proyecto de exportación te ayudará a anticiparte a futuros objetivos, reunir hechos, determinar las limitaciones y crear una instrucción de acción. Establece los objetivos específicos, un calendario de ejecución y puntos fijos para medir el éxito. Para definir este plan es necesario que consideres los siguientes puntos.



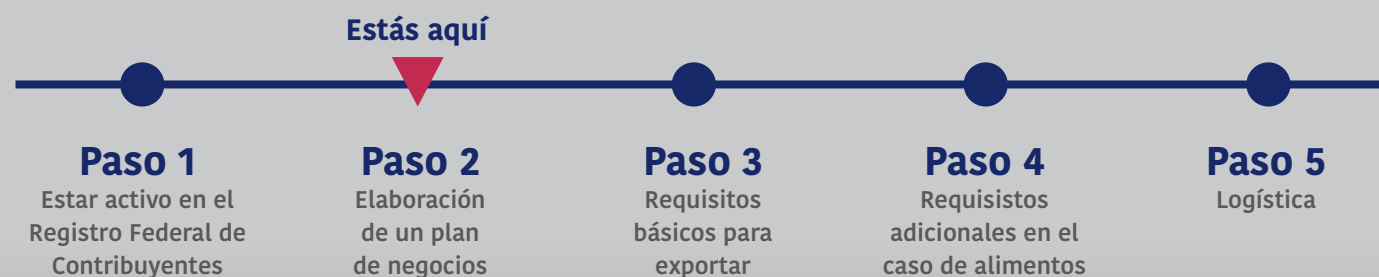
1. ¿Mi producto es exportable?

Para saber si tu producto será bien recibido en el mercado estadounidense, debes tomar en cuenta variables como:

- Características y diseño
- Presentación y/o empaque
- Precio y calidad certificada
- Valores agregados
- Servicio de entrega y atención postventa

Esto te ayudará para definir los rasgos de tu oferta exportable y para saber si tu producto es competitivo.

Asimismo, es importante conocer cuáles son los productos que México exporta hacia el país norteamericano, pues predominan los productos de la industria automotriz, computadoras, teléfonos móviles, televisores, pantallas de televisión, electrodomésticos, entre otros. Destacando las computadoras y otros equipos digitales, como los artículos que más producen y exportan los fabricantes mexicanos, con un valor superior a 20 mil millones de dólares el año pasado. Sin embargo, el país también sobresale por su exportación de productos agroalimentarios hacia el mercado norteamericano como: la cerveza de malta, tomate fresco o refrigerado, chiles y pimientos, berries, aguacate, carne y despojos comestibles, tequila, productos de panadería, azúcar, bovinos vivos, pepino, pepinillo, fresas frescas, entre muchos otros.



Servicio de entrega y atención postventa

Para mantener saludables relaciones de negocio con tu contraparte en Estados Unidos, es ideal que mantengas un excelente servicio de entrega, ser puntual y cumplir con los compromisos de venta. Es recomendable que des seguimiento a la satisfacción de tu cliente con la mercancía y servicios recibidos. Así generarás su fidelidad.

¿Ya cuentas con una estrategia de entrega y atención postventa? SÍ NO

2. Estudios de mercado

Dentro del plan de negocios, debes proyectar tu entrada en el comercio estadounidense de la manera correcta, para lo cual es necesario realizar una investigación de mercado que te ayude a conocer el potencial de tu producto, lo que te dará mejores perspectivas de las prácticas que se llevarán a cabo antes de tu primera exportación, debido a que Estados Unidos sigue siendo el país con el mercado de consumo más grande del mundo.

El primer paso es definir las características de tu público objetivo, es decir, las personas que se interesarán en tu producto. Investiga cuáles son los sectores más fuertes en las ciudades a dónde planeas llegar. Evita llevar un producto a un lugar que no tiene una demanda desarrollada.

El mercado hispano en Estados Unidos puede ser un gran aliado por las afinidades culturales, pero no te enfoques sólo a ellos. Todas las personas con capacidad de compra pueden ser tus consumidores potenciales.

En muchas ocasiones para que tu producto tenga éxito en el país vecino, es necesario tomar en cuenta variables significativas como el ámbito económico; comercial; político; cultural; y legal.

Ante la actual relación política y económica de México con Estados Unidos, conocer estos elementos será fundamental para saber cómo operará tu empresa y podrás tomar decisiones sobre la adaptación de tu producto, promoción, distribución y precio. Por último, dentro de este análisis de mercado debes identificar quién será tu competencia y aprender de ella. En tu producto, dale un valor agregado y compite.



3. Determinación del precio

Dentro de tu plan de exportación, debes considerar que el precio está determinado por la estrategia competitiva que hayas definido previamente y debe recalcarse su importancia en términos de la imagen y del mensaje que deseas transmitir al consumidor. Para elaborar una cotización internacional toma en cuenta aspectos como:

01

La empresa

Costos de producción, incluyendo las adecuaciones al producto y a su envase, etiquetado y empresa al exportar.

02

El mercado

Precios de referencia de la competencia o de productos similares, demanda, estructura del mercado y clientes potenciales.

03

La logística

Gastos asociados a la exportación, como despacho aduanero, empaque, transporte, seguros, entre otros.

Con esta información se podrán definir: el precio y límite de negociación; políticas de venta y descuentos; así como los términos del comercio internacional a utilizar.

Uno de los principales errores en cuestión del precio es que se realizan los cálculos sin identificar los costos como desperdicios, comisiones, fletes, seguros, empaque, etc. Esto es común que suceda en las primeras operaciones de exportación. Como consecuencia, muchas de las veces se da un precio equivocado o más bajo para quedarse con el contrato, para luego incrementarlo una vez que la mercancía está en producción y comprometida por parte del cliente.

Por ello, no se debe improvisar un precio del producto al no contar con un costeo detallado desde la elaboración de las muestras, de igual forma no debes precipitarte a presentar tu producto en las ferias o eventos, pues no da buen margen para una negociación en precio.

Requisitos básicos para exportar

Para comenzar a exportar:

- ❑ Debes encontrarte al corriente en el cumplimiento de tus obligaciones fiscales.
- ❑ Comprobar ante las autoridades aduaneras que tu empresa se encuentra inscrita en el Registro Federal de Contribuyentes.
- ❑ Cumplir con las disposiciones legales que regulan el ingreso y salida de las mercancías.

No obstante si los productos que exportas son: 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, acero, o aluminio, tu empresa deberá ser registrada en el Padrón de Exportadores Sectorial del SAT. Para lo cual necesitas:

<p>01</p> <p>Llenar el formato denominado “Autorización de inscripción para el padrón de exportadores sectorial (regla 1.3.7)” del Anexo 1 de las Reglas Generales de Comercio Exterior para 2018.</p>	<p>02</p> <p>Anexar los requisitos que le correspondan al sector que vas a solicitar. Para recibir asesoría sobre este paso puedes consultar la página del SAT www.sat.gob.mx o llamar al teléfono Marca SAT 01 (55) 627 22 728.</p>
<p>03</p> <p>Entregar el formato y documentación en cualquier oficina del SAT de tu preferencia o directamente en la oficialía de partes de Av. Paseo de la Reforma Norte, núm. 10, Piso 1, edif. Torre Caballito, Col. Tabacalera, Deleg. Cuauhtémoc, C.P. 06030, Ciudad de México.</p>	<p>04</p> <p>Al término recibirás tu comprobante de recepción de la solicitud. El trámite es gratuito.</p>



Código de Barras

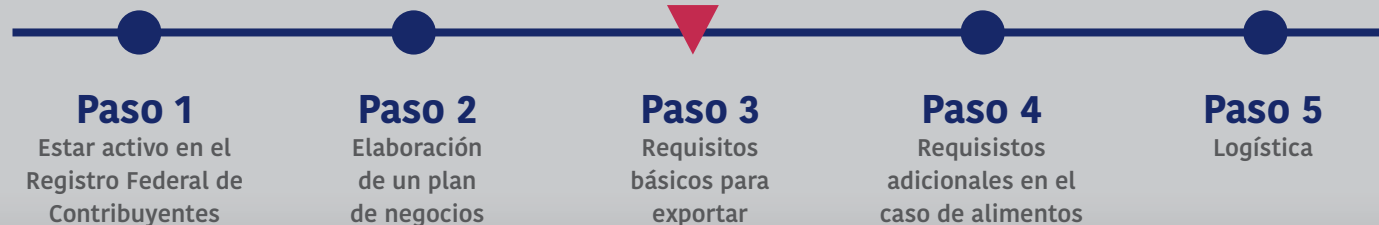
Una vez que comiences a exportar, es necesario que lleves un sistema de control de inventarios, por lo cual una herramienta útil e importante para este paso es el Código de Barras que sirve para mejorar el control de calidad y la administración del stock, y tiene el objetivo de incrementar la competitividad de las pymes. Por ello, debes tomar en cuenta que los productos que exportes cuenten con un Código de Barras.

El Código utilizado para comercializar productos en los Estados Unidos es el UPC (Código Universal de Producto), el cual consta de dos variantes:

1. El UPC-A que tiene doce dígitos, se puede leer en cualquier dirección y se identifica fácilmente porque siempre empieza con un cero.

2. El UPC-E también es un código omnidireccional con ocho caracteres y que se utiliza cuando no hay espacio suficiente para un código UPC-A. Ambos brindan información del producto y del fabricante.

Estás aquí



En México

En México, el organismo que administra los Códigos de Barras es [GS1 México](#), por lo que puedes acercarte y solicitar mayor asesoría sobre esta herramienta para que tu entrada al mercado norteamericano se realice con éxito.

¿Tu producto ya cuenta con Código de Barras GS1? SÍ NO

Determinar la fracción arancelaria de tu producto

La fracción arancelaria es la forma universal de identificar el producto, con ella se examina el arancel (impuesto) que debe pagar tu producto al ingresar al extranjero, así como para conocer las regulaciones no arancelarias que impone México y el país importador al producto.

La ley aduanera autoriza solamente al agente aduanal, apoderado aduanal y a la SHCP para la determinación de la fracción arancelaria, dado el grado de especialización, complejidad técnica y los riesgos y responsabilidades que implica una mala clasificación.

Para determinar la fracción arancelaria de tu producto, tienes las siguientes alternativas.

- A través del agente aduanal.
- Por medio de la Oficina de Orientación al Contribuyente en Asesoría en Comercio Exterior de la SHCP.
- Asistir a los Módulos de Orientación de Despacho Aduanero de la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM).

Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias están definidas en las tarifas de cada país y están negociadas en el seno de la Organización Mundial de Comercio, mientras que las no arancelarias pueden ser definidas al arbitrio de cada país bajo la argumentación de proteger la salud animal, vegetal y de sus ciudadanos. Dentro de este segundo grupo hay una cantidad inmensa de restricciones entre las que se encuentran las normas técnicas, normas fitosanitarias, normas de calidad, permisos de importación, cuotas y una gran variante de las mismas.

Es importante conocer este tipo de restricciones al momento de exportar tu mercancía, ya que a partir del mes de junio de 2018, Estados Unidos anunció nuevos aranceles contra las importaciones de acero y aluminio de México, cuestión que deben tomar en cuenta los comerciantes de estos productos.

Listado de documentos

Además de lo anterior, de acuerdo con ProMéxico, la documentación básica exigida en México para exportar productos a cualquier país, incluyendo Estados Unidos, es la siguiente:

01

Factura comercial

En el país de destino todo embarque se debe acompañar con una factura original, misma que debe incluir: nombres de la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor o embarcador, nombre y dirección del comprador o del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, precios que especifiquen tipo de moneda, tipo de divisa utilizada, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición.

02

Encargo conferido

Permiso ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador.

03

Carta de instrucciones al agente aduanal.

Consta de la información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal.

04

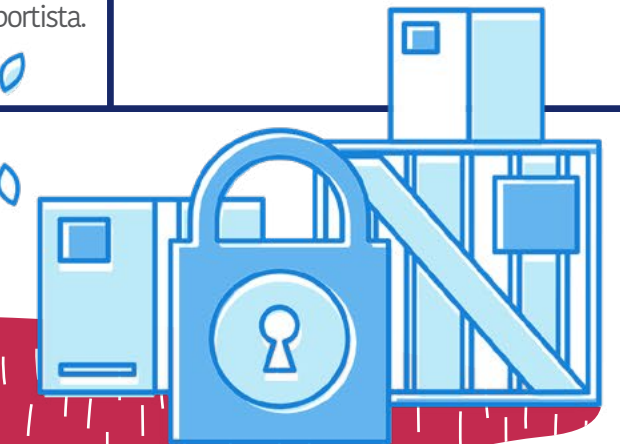
Lista de empaque.

Este documento permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.

05

Otros

- Certificado de origen
- Documento del transporte
- Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, tales como: certificados sanitarios, certificados de calidad, permisos, etc.



Requisitos adicionales en el caso de alimentos

Los productores directos y los proveedores de la industria alimentaria, deben estar al tanto de los requisitos y regulaciones de inocuidad y de otro tipo vigentes en Estados Unidos, con el objetivo de que los interesados en exportar estén preparados para ingresar al mercado.

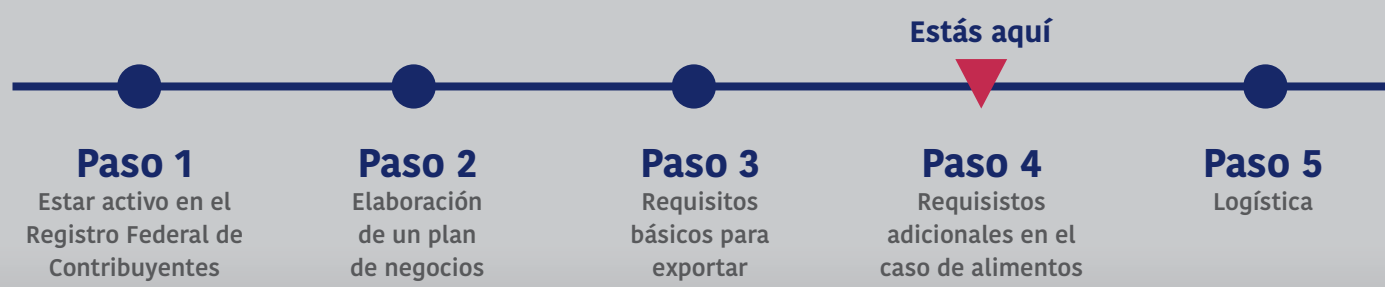
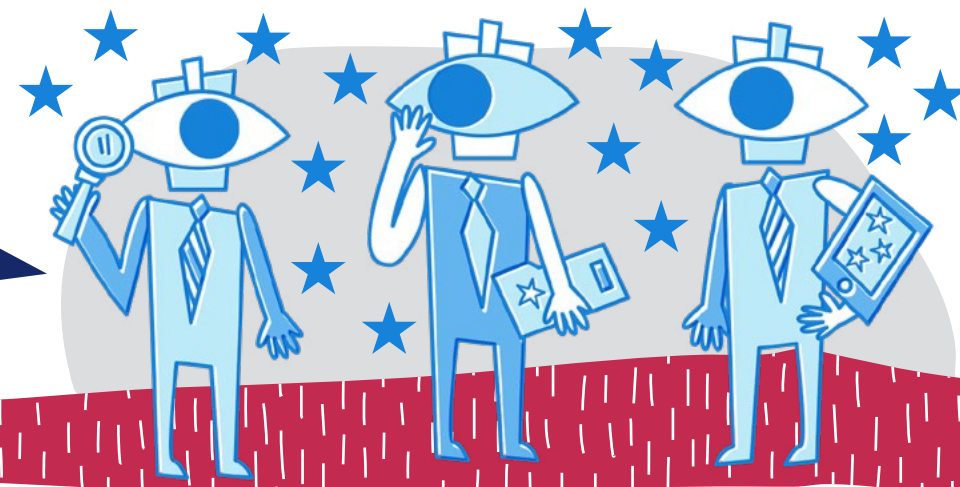
Todos los alimentos que se exportan a Estados Unidos deben cumplir, al menos, con los mismos requisitos que los productos fabricados en esa nación, mismas exigencias que son dictadas y reguladas principalmente por la Agencia de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés) en el Título 21 del Código de Regulaciones Federales de los Estados Unidos.

A través de las oficinas aduanales de todo el país, la FDA participa directa o indirectamente en la vigilancia de las importaciones, colaborando con cada una de las 329 aduanas por las que entran productos, incluyendo los aeropuertos más importantes de los Estados Unidos.

A continuación se enlistan algunos de los requisitos que dicta la FDA para exportar alimentos que están bajo su jurisdicción en los Estados Unidos. Cabe señalar que los requisitos pueden variar de acuerdo a la naturaleza del producto, por ejemplo, frutas y verduras frescas, alimentos muy ácidos, productos de la pesca, o bien, la agencia que los regula, por ejemplo para los alimentos que son controlados por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés), como carnes, pollo y productos avícolas aplican otras normativas. Si tienes planes para exportar algún producto alimenticio, es importante tomar en cuenta lo siguiente:

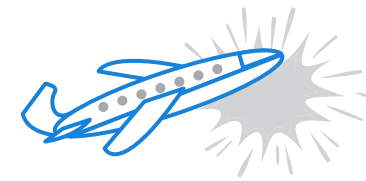
Principalmente en el tema de inocuidad

se han creado normas que tienen como propósito principal minimizar los riesgos de contaminación de los productos que ingresan diariamente a este país, así como cuidar que el etiquetado sea correcto.



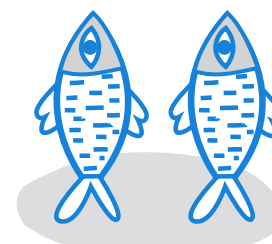
La Ley contra el Bioterrorismo.

Surge después de los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001 y por la necesidad de los Estados Unidos de evitar ser el blanco de posibles ataques terroristas a través de los alimentos que importa. Esta ley demanda el registro de instalaciones alimentarias, notificación previa de alimentos, establecimiento y registro de origen y el destinatario inmediato de los alimentos, etc.



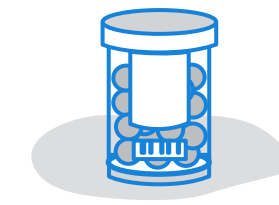
Sistema HACCP.

Aunque oficialmente el contar con un sistema HACCP sólo es obligatorio para los exportadores de pescado y carne (este último exigido por la USDA), las modificaciones que se están haciendo actualmente a la Ley de Seguridad Alimentaria en Estados Unidos (Food Safety Modernización Act) incluyen la implementación del sistema HACCP de forma obligatoria para todos los alimentos que se exporten a este país.



Etiquetado de alimentos.

Los alimentos que se exporten a los Estados Unidos deben cumplir con la norma de etiquetado establecida por la Federal Food, Drug and Cosmetic Act (Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos), que establece los requisitos para los alimentos preparados y envasados para la venta al público. La ley exige que cada alimento contenga un doble etiquetado: etiquetado general y etiquetado nutricional y adicionalmente un Código de Barras con los datos del producto, sin embargo, existen disposiciones especiales relacionadas con la declaratoria de alérgenos en la etiqueta y los ácidos grasos trans. También se debe incluir en la etiqueta: lista de ingredientes, contenido de nutrientes y propiedades saludables.



Evaluación y aprobación de proveedores.

No es un requisito oficial, pero como parte de las modificaciones de la Ley de Seguridad Alimentaria también exigirá a los exportadores de alimentos que evalúen, aprueben y desarrollen a sus proveedores de materias primas. Por lo tanto, cada proveedor debe contar al menos con un sistema de inocuidad implementado (BPM y HACCP).

Colorantes y aditivos

El producto debe contener únicamente los colorantes y aditivos que están aprobados por la FDA para su uso en alimentos. Para ver las listas de colorantes y aditivos aprobados puedes consultar la liga en la página de la FDA. www.fda.gov



Sistema de Gestión de Inocuidad de Alimentos.

Los exportadores de alimentos a los Estados Unidos deben contar con un sistema de inocuidad completo y efectivo que permita asegurar la inocuidad de los alimentos que se fabrican, almacenan o manipulan. Este sistema debe contar con documentación que sustente las actividades y programas que se llevan a cabo como parte de las buenas prácticas de manufactura, es decir, debe demostrarse antes las autoridades, en este caso la FDA, que el sistema está implementado y funciona.



Logística

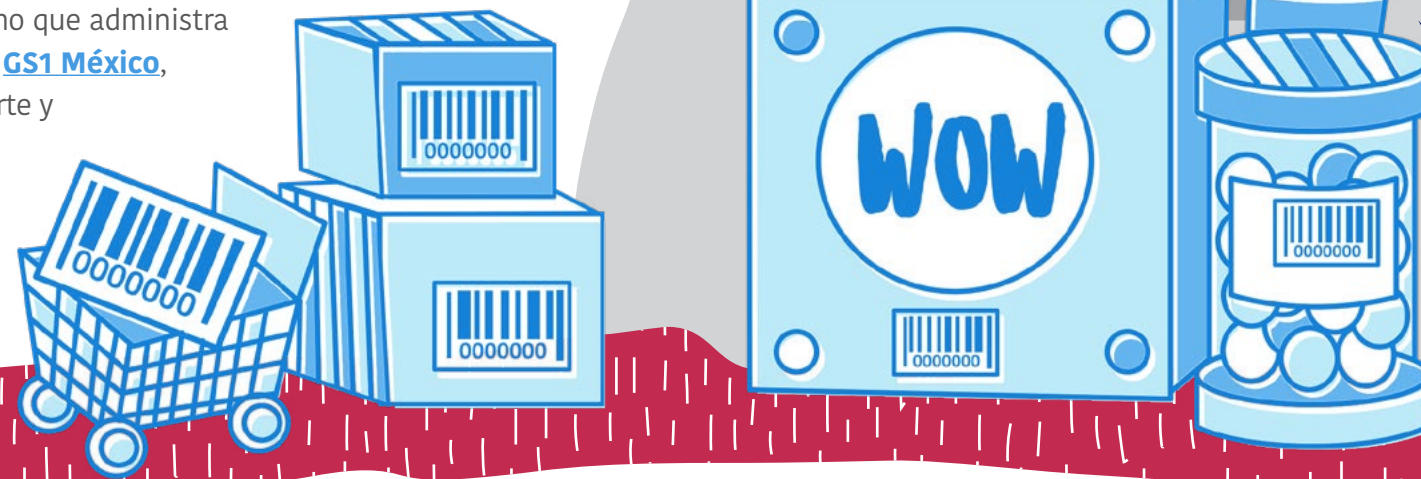
Para el comercio exterior, la logística es uno de los aspectos más importantes porque las operaciones dentro de las cadenas de suministro globales son el puente entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia. En una actividad tan complicada como el comercio de exportación, se requiere que la gestión de todo el proceso sea prácticamente perfecta.

1. Código de Barras

Una vez que comiences a exportar, es necesario que lleves un sistema de control de inventarios, por lo cual una herramienta útil e importante para este paso es el Código de Barras que sirve para mejorar el control de calidad y la administración del stock, y tiene el objetivo de incrementar la competitividad de las pymes. Por ello, debes tomar en cuenta que los productos que exportes cuenten con un Código de Barras.

El Código utilizado para comercializar productos en los Estados Unidos es el UPC (Código Universal de Producto), el cual consta de dos variantes: el UPC-A que tiene doce dígitos, se puede leer en cualquier dirección y se identifica fácilmente porque siempre empieza con un cero, y el UPC-E, un código que también es omnidireccional, pero tiene ocho caracteres y que se utiliza cuando no hay espacio suficiente para el código UPC-A. Ambas modalidades son utilizadas en los productos que se venden en el mercado estadounidense ya que brindan información del producto y del fabricante.

En México, el organismo que administra los Códigos de Barras es [GS1 México](#), por lo que puedes acercarte y solicitar mayor asesoría sobre esta herramienta para que tu entrada al mercado norteamericano se realice con éxito.



2. Empaque y etiquetado

Un empaque de mala calidad puede resultar contraproducente para el fabricante, exportador y distribuidor ya que puede ocasionar un daño, descomposición, e incluso, en casos extremos, en el rechazo total del producto por parte del comprador. El tipo de material que se utilice para la distribución dependerá del producto, el tipo de transporte (terrestre, aéreo o marítimo) y el destino final.

En cuanto al etiquetado, todos los productos que entren a Estados Unidos deben tener una etiqueta indeleble que mencione su país de origen. Dependiendo del producto, aplicarán especificaciones particulares. Los productos alimenticios deben nombrar todos los ingredientes que contienen en orden de mayor a menor prevalencia. Además, se debe listar toda la información nutricional del producto. Por su parte, los productos textiles y la ropa deben indicar el contenido de sus fibras y las instrucciones de cuidado de la tela.

El empaque es vital para guardar, proteger y servir de medio para manipular productos en su trayecto desde la línea de ensamble hasta el usuario final.

Estás aquí

Paso 1

Estar activo en el Registro Federal de Contribuyentes

Paso 2

Elaboración de un plan de negocios

Paso 3

Requisitos básicos para exportar

Paso 4

Requisitos adicionales en el caso de alimentos

Paso 5

Logística



Etiqueta correcta

Tu producto debe cumplir con varios requisitos en su etiqueta, entre ellos, País de Procedencia, Ingredientes e información nutricional (en el caso de alimentos) o el contenido de sus fibras y cuidado de la tela (en el caso de textiles)

¿Tu producto cumple con estas regulaciones básicas? SÍ NO

3. Medios de transporte

Al momento de elegir un medio para transportar tus mercancías, es muy importante que consideres los costos de la operación y los riesgos del traslado. Si se trata de un producto de gran volumen, de poco valor y a grandes distancias la modalidad recomendada es el transporte marítimo o el ferrocarril. Si se trata en cambio de productos de alto valor, reducido peso y poco volumen, aun a largas distancias, se considerará el transporte aéreo. Para distancias más cortas, por ejemplo como las que separan a México de Estados Unidos en las fronteras, el transporte terrestre es una buena opción porque ofrece una mayor flexibilidad, la cual permite que los vehículos puedan transportar cualquier cantidad, tipo y tamaño de carga, a un menor costo.



4. Tipos de pago

Una vez que hayas cerrado el contrato internacional, te encontrarás con las formas y momentos de pago utilizados en el comercio exterior. Estos son:

1. Carta de crédito

El momento del pago se efectúa cuando el embarque ha sido enviado. Los riesgos son casi nulos para ambas partes por los términos que se estipulan en dicha carta.

2. Orden de pago Se extiende antes de embarcar. Para el comprador es de alto riesgo pues debe existir alta confianza en el exportador.

3. Giro bancario El momento del pago es a la fecha del giro. Se considera de alto riesgo para el vendedor, porque debe tener confianza en que el comprador envíe el giro.

4. Cheque Se otorga al vendedor antes de embarcar. Se considera de alto riesgo para el comprador, pues debe tener total confianza en el exportador para que éste envíe la mercancía.

5. Cobranza bancaria

Se realiza en el momento de presentar documentos financieros (letra de cambio) y comerciales (facturas, conocimiento de embarque, etc.). El riesgo es medio para el exportador ante la renuencia del comprador de cubrir las letras de cambio. Mientras que para el comprador el riesgo es medio bajo, porque éste mantiene la posibilidad de negarse al pago si el embarque no llega o está incompleto.



Apoyos y financiamiento para tus exportaciones

Una vez que hayas considerado los primeros pasos de tu plan de negocios internacional, investiga qué posibilidades tienes de financiación para la exportación y para la amortización de gastos.

En México, puedes acercarte con representantes de la banca de desarrollo (Bancomext, Nafin, etc.) para recibir orientación sobre financiamientos que son destinados para atender los requerimientos tanto de corto, como de mediano y largo plazo de las empresas participantes en el comercio exterior mexicano.

Del mismo modo, otra opción importante para impulsar tu negocio hacia Estados Unidos es mantener el contacto con Cámaras y Asociaciones empresariales para el establecimiento de proyectos de exportación, que puedan apoyar a un determinado sector o grupo de empresas. Estos proyectos pueden incluir actividades de capacitación, consultoría, adecuación de producto y culminar con la participación en un evento internacional o en un encuentro de negocios con compradores extranjeros.

Estos esquemas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas también se llevan a cabo en colaboración con ProMéxico, organismo de la Secretaría de Economía que ofrece seminarios, talleres, foros y cursos de capacitación empresarial en apoyo al desarrollo exportador, la consolidación de mercados y a la internacionalización de empresas mexicanas.

Estados Unidos es la economía más importante y diversificada del mundo, por lo que resulta atractivo para los planes de expansión de empresas extranjeras como las mexicanas. La planificación y el estudio de este mercado permitirán que las PyMEs consigan una producción constante y de gran alcance, ya que no deben perder de vista que este país está compuesto por 50 estados y un Distrito Federal, todos ellos con diferencias legislativas en materia de comercio exterior.

Por lo tanto, es importante que una vez que decidiste exportar, tu empresa sea competitiva y cuente con los recursos humanos, financieros, materiales, de capacidad técnica y productiva para poder hacer frente a la competencia y desarrollar tu actividad con el fin de mantener un negocio internacional rentable y duradero.



