













inaloa, entidad reconocida por su producción de alimentos, con importantes antecedentes en materia de exportación, trabaja hoy de manera decidida en crear condiciones que permitan a un mayor número de sinaloenses aprovechar oportunidades de negocio en un mercado globalizado.

La fuerte competencia que registran los diferentes mercados obliga a nuestros empresarios a estar mejor preparados, no solo en aspectos de calidad, sino también en el acceso oportuno a información básica.

En este sentido y cumpliendo con uno de nuestros compromisos, la Secretaría de Desarrollo Económico a través del Centro Pymexporta Sinaloa ha elaborado un manual denominado "ABC del Exportador Sinaloense", en el cual de una manera sencilla y práctica se brinda orientación de los principales pasos que deben seguir quienes desean participar en la actividad exportadora.

El fortalecer una cultura empresarial con visión exportadora es uno de los caminos trazados para impulsar el desarrollo económico de Sinaloa, lo que sin duda, permitirá potenciar la gran capacidad emprendedora y de trabajo característica de los sinaloenses.

Atentamente C. Jesús Vizcarra Calderón Secretario de Desarrollo Económico

Contenido	
Información inicial para exportar	02
Preguntas iniciales para exportar	04
Ventajas y Retos al exportar	05
Iniciándose en la exportación	06
Producto, Empresa, Mercado	
Cualidades del Exportador	
Errores más comunes del Exportador	00
Documentos y trámites de exportación	80
Pedimento de exportación	00
Certificado de Origen	09
Tratados de Libre Comercio	09
Empaque	
Envase y Embalaje	
Transporte	
Seguro	10
Regulaciones Arancelarias	12 13
Regulaciones No Arancelarias	
Precios Internacionales	14
Precio de exportación	
Incoterms Clasificación de Incetarres	
Clasificación de Incoterms	
Gastos al Exportar	10
Formas de pago internacionales	18 20
Contratos Internacionales	20
Comercialización y Canales de Distribución	21 21 23
Apoyos Tecnológicos y Financieros	. ∠1 22
Servicios Centro Pyméxporta Sinaloa Otros Organismos de Apoyo a la actividad Exportadora	32
Farias y Exposiciones	34
Ferias y Exposiciones Páginas de Internet	38
Directorio Centro Pymexporta Sinaloa	38
Directorio Centro i yrriexporta birlatoa	- 30

Información Fundamental oortar

n el comercio exterior, el tamaño de la empresa ya no es tan significativo. La empresa deberá asumir compromisos serios para lograr tal objetivo, asi como investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una plantación cuidadosa y seguir una estrategia

Una de las variables de mayor importancia para quien desea exportar es sin duda la de contar con información precisa en el momento correcto, por lo que conocer a detalle la definición de términos, los requisitos y condiciones básicas que debe reunir el producto a exportar, además de las características y condiciones del mercado a donde desea enviar su producto pueden hacer la gran diferencia entre ser exitoso o cancelar sus posibilidades.

En esta guía el exportador podrá acceder de manera sencilla a información básica que contribuirá para tener mayores posibilidades de éxito en su proceso de exportación.

Iniciarse en la exportación implica una nueva etapa de su negocio. Esta etapa puede ser una de las más importantes para su empresa, por el gran número de beneficios que le puede representar. Algunos podrán ser apreciados al corto plazo, sin embargo la mayoría serán consolidados con el tiempo a su vez que crecen las operaciones internacionales.

Exportar es incursionar a un mercado nuevo, muy diferente al que usted está acostumbrado. Se requiere de esfuerzo, dedicación y preparación. Es por ello que es necesario sumar la experiencia de las operaciones conocidas con una metodología para realizar negocios en el extranjero.

Algunas interrogantes a las que se le debe tener respuesta, antes de iniciar cualquier trámite de un proceso de exportación, son las siguientes:

- ¿Por qué quiero exportar?
- ¿Qué producto quiero exportar?
- ¿Cuáles son las características de mi producto que lo hacen exportable?
- ¿Cuáles son las condiciones legales del país al que deseo exportar?
- ¿Cuáles son las condiciones arancelarias?
- ¿Qué arancel debe pagar mi producto?
- ¿Qué normas debo cumplir?
- ¿Qué documentos necesito para exportar?





Preguntas Iniciales para **Exportar**

on estas preguntas podrá descubrir sus debilidades y afirmar sus fortalezas; asimismo, el cuestionario le brindara un panorama real en cuanto a su posición frente al reto exportador.

- 1. ¿Cuál es su capacidad instalada de producción (unidades de productos al mes)?
- 2. ¿Cuál es el volumen actual de producción al mes?
- 3. Si su capacidad instalada es significativamente mayor al volumen actual de producción ¿Cuál es el motivo?
- 4. Del total del volumen de su producción actual ¿cuánto puede exportar?
- 5. ¿Conoce sus costos de producción unitarios y escalonados por volumen?
- 6. ¿La demanda nacional de su producto se encuentra satisfecha?
- 7. ¿Conoce los productos de sus competidores en México?
- 8. ¿Su producto se ha visto desplazado en el mercado nacional por productos importados?
- 9. En caso de ser positiva la respuesta anterior, ¿obedece a alguna de las siguientes razones: precio, calidad, diseño, marca u otros?
- 10. ¿Conoce las etapas del proceso de exportación?
- 11. ¿Cuenta con catálogos de sus productos en español e ingles?
- 12. ¿Ha considerado la exportación indirecta o a través de terceros?
- 13. ¿Conoce si existe demanda de su producto en el mercado externo?
- 14. ¿Tiene definido que producto y a que mercado quiere exportar?
- 15. ¿Tiene registrada la marca en el mercado interno?
- 16. ¿Sabe cuales son las dependencias del gobierno Federal y los Tramites que tiene que efectuarse ante ellas para exportar?
- 17. ¿Conoce la fracción arancelaria del producto por exportar?
- 18. ¿Conoce los esquemas y programas de fomento a la exportación por parte del Gobierno Federal?
- 19. ¿Cuenta ya con un agente aduanal?

- 20. ¿Conoce los documentos necesarios para la exportación?
- 21. ¿Sabe si su producto goza de alguna preferencia arancelaria en el país destino?
- 22. ¿Ha pensado en algún medio de transporte adecuado?
- 23. ¿Conoce los riesgos que deben cubrir sus seguros?
- 24. ¿Conoce los términos de negociación internacional?
- 25. ¿Cuenta con un contrato de compraventa internacional de mercancías?
- 26. ¿Conoce el tipo de envase y presentación requeridos para poder exportar?
- 27. ¿El diseño de su producto sigue las tendencias internacionales?
- 28. ¿Cuáles son los canales de distribución mas utilizados en el mercado de destino?
- 29. ¿Estaría dispuesto a asociarse con una empresa extranjera?
- 30. ¿Ha participado en alguna feria y/o exposición internacional?
- 31. ¿Ha pensado en promocionar sus productos por Internet?
- 32. ¿Conoce los programas financieros, así como los productos y servicios promociónales que le ofrece Centro Pymexporta Sinaloa?

No se preocupe por la velocidad, sino por la certeza de sus respuestas. Recuerde que en los negocios, el éxito esta garantizado no lo tiene quién llega primero, sino quién esta mejor preparado.

Ventajas y Retos al **Exportar**

Ventajas

01

Acceso a nuevos mercados con amplia demanda para sus productos Dinamismo en ventas

Mayor estabilidad para su empresa al no depender del mercado doméstico

Aprovechamiento de capacidad de producción ociosa

Reducción de costos al manejarse mayores volúmenes

Generación de empleos

Generación de divisas

Retos al exportar

No considerar la capacidad productiva para atender volúmenes demandados por el cliente.

No cumplir con las especificaciones requeridas por el producto

Falta de materias primas de buena calidad

No calcular correctamente los costos dentro de la negociación

No elaborar contratos claros en donde se especifiquen los compromisos adquiridos

No contratar seguros de responsabilidad civil

Demandas legales por incumplimiento de contrato

DEL EXPORTADOR SINALOENSE

Iniciándose ^{en la}Exportación

I decidirse a ser un exportador es muy importante que primero cuente con la mayor información posible sobre el mercado al que desea exportar, pero sobre todo, tenga pleno conocimiento de su empresa y sus productos, ya que la información está considerada como uno de los factores determinantes que hacen la diferencia entre el éxito y el fracaso en un proceso de exportación.

Producto

Le sugerimos que realice la siguiente investigación acerca de su producto:

- Identifique cual o cuales de sus productos realmente tienen posibilidades de exportación.
- Ubique claramente el mercado donde exista demanda para su producto y el precio al que pueda venderlo.
- Identifique y evalúe a su competencia.
- Investigue cuáles son los requerimientos y necesidades del mercado objetivo.
- Revise las regulaciones arancelarias y normas técnicas que debe cubrir.
- Analice los factores geográficos, económicos, políticos y culturales que podrían afectar las posibilidades de éxito de su producto.
- Identifique las ventajas competitivas de su producto (diseño, precio, calidad, utilidad, exclusividad).

Empresa

También es de suma importancia hacer un análisis crítico de su empresa, evaluando si es apta para exportar o no, considerando los siguientes aspectos:

- ¿Por qué desea exportar? Saber si será un actividad eventual o definitiva
- Capacidad productiva real de la empresa para productos de exportación (calidad, tamaño, precio, diseño, envase, empaque y embalaje)
- Capacidad financiera de su empresa
- Contar con el personal capacitado en materia de comercio exterior

Mercado

Seleccionar como país destino aquellos países que ofrezcan mayores oportunidades para su producto. De preferencia que tengan algún tratado comercial con México. Elegir mercados que tengan ventajas geográficas.

No debe olvidar que tener un proceso de exportación exitoso depende en gran medida de contar con información confiable y oportuna, ya que en los datos descansa todos sus esfuerzos y estrategia, además le ayuda a evitar errores y de esta manera ahorrar dinero.

Concéntrese y haga un buen Negocio

Cuando este seguro de que su producto(s) registra interés no se deje llevar por la emoción, razone fríamente ya que ahora el éxito depende de usted, un descuido o mala negociación no solo puede terminar con sus posibilidades de éxito sino también puede llegar a ser el fracaso de su empresa.

Que cualidades debe sumar Un Exportador?

Mantener una actitud positiva es el mejor inicio para asegurarse que su objetivo será exitoso, ya que todo proceso de exportación (independientemente del tamaño que sea su negocio), demanda conocimiento, paciencia y sobre todo confianza. Además debe poseer las siguientes cualidades:

- Mentalidad emprendedora
- Capacidad de desarrollo y conocimiento de su producto
- Buen negociador
- Serio y formal para cumplir acuerdos
- Exigente con su trabajo
- Tener una real vocación de servicio

Errores más comúnes del Exportador

- .No saber decir no.
- 2.Querer ser exportador por moda y no en base a un plan estratégico.
- 3. Presentar muestras de su producto diferentes a la calidad real.
- 4. Trabajar con supuestos no con realidades.
- 5. Carecer de información sobre la cultura de negocios del país al que desea exportar.
- 6. No contemplar los costos de logística en el precio pactado.
- **7.**No tomar en cuenta imprevistos que puedan afectar los tiempos de entrega acordados.
- **8.**No establecer un tiempo para prueba y error.
- **9.**No poner por escrito los acuerdos especiales establecidos con el cliente, como materiales, muestras de confirmación, motivos para cambios de fechas de entrega, entre otros.
- 10. No tomar en cuenta aspecto de exclusividad
- . Ajustar pedidos con saldos.
- 12. Influencia de condiciones climatológicas durante el traslado.
- 13. No contar con una estrategia de precio a la exportación.
- 14. Conceder al cliente demasiadas modificaciones al producto original.

Lo anterior son solamente algunos de los muchos detalles que debe tomar en cuenta el exportador al momento de negociar el acuerdo comercial de su producto.

Debe tener siempre presente que si establece un acuerdo es para cumplirse, porque a su cliente no le interesará que hay detrás de una demora o incumplimiento en las especificaciones que debe reunir su producto.

Documentos y Trámites de Exportación

Todo debe Estar en Regla

ara todo proceso de exportación se requiere realizar diversos trámites y ajustarse a una serie de normas fijadas tanto por el país al que se desea exportar, como del país de salida; el no cumplir su mercancía con estos requerimientos no podrá salir del país, o bien, en su caso, no podrá ingresar al país de destino. Recuerde no de por obvio ningún paso ni tampoco busque disimular algún detalle contemplado en la normatividad de aduanas de ambos países.

Pedimento de Exportación

Es la forma oficial aprobada por la SHCP, en donde se señalan los datos del régimen aduanero al que se destina la mercancía y la información necesaria para el cálculo y el pago de los impuestos al comercio exterior. Dicho documento se presenta ante la aduana a través de un agente aduanal o apoderado aduanal.

Los documentos que se deben anexar al pedimento son proporcionados por el exportador y son:

- Factura Comercial o cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- Carta de encomienda a través de la cual el exportador gira instrucciones al agente aduanal para que realice el despacho aduanero.
- Documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones arancelarias o no arancelarias.
- Copia de Registro Federal de Contribuyentes (RFC), con homoclave y domicilio fiscal de la empresa.
- Carta de encargo para el embarque de la mercancía.
- Reservación en la agencia naviera en la que se efectuará el embarque de la mercancía, en caso de tratarse de un despacho por aduana marítima.

Si la clase o naturaleza de la mercancía así lo requiere, deberá agregarse lo siguiente:

- Permisos o autorizaciones Certificados de análisis químicos
- Lista de empaque: muestra la cantidad exacta de artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje.
- Documentos de transporte: es el título de consignación que expide la compañía transportista, en el que se indica que la mercancía se ha embarcado a un destino determinado y señala las condiciones en que se encuentra el producto, su peso, la cantidad, las cajas, las piezas, los bultos, las especificaciones del producto y si el embarque requiere de un tratamiento especial. Este documento hace responsable al transportista de la mercancía hasta el punto destino.

Sobre el País de Origen

Cada país importador tiene su propia reglamentación, por lo que puede exigir para que un producto pueda ingresar o consumirse en su territorio, que el envase ostente un mercado de país de origen.

Para productos de exportación, el mercado de país de origen podrá ir impreso en el empaque con la leyenda "Hecho en México", o "Made in México", o en el idioma del país de destino. Cada país tiene sus reglas, una mala etiqueta puede provocar un embargo en la aduana extranjera.

Certificación deOrigen

I certificado de origen es el documento oficial en el que se establece el origen o región del producto. Este documento permite tener un trato arancelario preferencial de acuerdo a los convenios o tratados que tenga el país de origen con el país destino de la exportación. Por ello tener el certificado de origen permitirá a su mercancía realizar el tramite de desaduanamiento en cualquier parte del mundo.

¿Sabías Que?...

La dependencia encargada de tramitar el certificado de Origen es la Secretaría de Economía? Para acceder a los formatos de los certificados de origen, usted debe entrar a la página Web de la Secretaria de Economía vía Internet : www.economia.gob.mx

El formato del certificado de origen es igual para Canadá, Estados Unidos y México, unificado a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), y dicho formato puede reproducirse libremente sin requerir confirmación o sello de alguna instancia o autoridad. Este documento también tiene el beneficio de que puede amparar una o más exportaciones de productos idénticos, siempre y cuando su fecha de expedición no exceda un año. Además puede llenarse en los idiomas de las naciones que integran el TLCAN: ingles, francés o español.

Solo están libres de presentar el certificado de origen aquella mercancía que su valor de operación sea inferior a \$1,000 (mil) dólares americanos, pero el bien si debe estar identificado como originario de México.

México ha suscrito los siguientes Tratados de Libre Comercio

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de diciembre de 1993.

- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos , la República de Colombia y la República de Venezuela (TLC G3), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 9 de enero de 1995.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Costa Rica, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de enero de 1995.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Bolivia, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de enero de 1995.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Nicaragua, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de 1998.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Chile, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de julio de 1999.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Unión Europea, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de junio de 2000.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Estado de Israel, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de junio de 2000.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y Guatemala, el Salvador y Honduras (Triángulo del Norte), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de Marzo de 2001.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y Los Estados de de la Asociación Europea de Libre Comercio (Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de junio de 2001.

Empaque

El exportador deberá conocer el documento denominado; lista de empaque, el cual permite al exportador, transportista, compañía de seguros, aduana y comprador, identificar el contenido de cada una de las cajas o bultos donde viaja la mercancía.

La lista indica:

- El número exacto de los artículos que contiene cada bulto o caja, así como el tipo
- Cada bulto o caja debe llevar su identificación; es decir, debe llevar anotado de manera clara y legible números y marcas que lo identifican de acuerdo a como van relacionados en su factura y con una descripción de cada una de las mercancías que
- Es aconsejable empacar de manera similar las mercancías del mismo tipo, ya que ello ahorra tiempo durante la verificación de aduana

Envase y Embalaje

Su importancia radica en que gracias a ellos, el producto se mantiene protegido y permite la conservación, manipulación, transporte y comercialización. Deben cumplir con las regulaciones no arancelarias del país destino como son: etiquetado, información de contenido, ecológicas, entre otras.

Iransporte

Cuando el comprador no tenga contratado el medio de transporte y deba ser contratado por quien exporta, es aconsejable primero realizar un análisis cuidadoso del medio de transporte a elegir, ya que debé considerar que una demora en el acuerdo de entrega no es aceptada por su cliente o bien si la acepta puede cambiar las condiciones de la negociación, por lo que no debe tomar esta decisión sin antes valorar, además del costo, la garantía que el servicio le ofrezca, ya que en negociaciones internacionales deben evitarse demandas por incumplimiento.

El documento de transporte forma parte de la documentación que se envía al importador en el país de destino. Los términos del documento de transporte deben coincidir con los de la carta de crédito o, en su caso, con los del contrato de compraventa, la factura, lista de empaque. Asimismo, se debe conservar la copia del documento de transporte, debido a que constituye un respaldo tanto para la operación como para futuras aclaraciones.

Para contratar el transporte, el exportador puede analizar por cuenta propia cada uno de los medios disponibles o bien recurrir a prestadores del servicio conocidos como agentes de carga, quienes proporcionan servicios en planificación, coordinación, control y dirección las diferentes operaciones requeridas para efectuar el traslado nacional e internacional de mercancía.

Al elegir el medio de transporte, es necesario elegir el que ofrezca el mayor número de ventajas sobre costos, tiempo, seguridad, frecuencia de salidas y sobre todo que conserve y proteja su producto.

Los tipos de Transporte son:

Marítimo Propicio para transportar grandes volúmenes y alimentos no perecederos, por el tiempo que se tarda.

Aéreo Recomendable para productos perecederos, cantidades regulares y para entregas urgentes.

Terrestre

- Trailer: Se recomienda para distancias regulares y cantidades grandes.
- Tren: Se recomienda para grandes cantidades, granos, etc.

Y que no tenga urgencia en el tiempo de entrega.

Multimodal es la combinación de dos o más tipos de transporte.

Dependiendo del lugar destino y de las características de cada producto, se deberá determinar el medio de transporte más adecuado.

Sugerencias a considerar al elegir el Transporte:

- Contrate un agente aduanal que lo apoye con sus exportaciones
- Programe una ruta de exportación (en México operan 32 aduanas, de la que debe elegir cual es la más conveniente para el manejo de su exportación)
 - Busque el medio de transporte mas pertinente para su envío
- Confirme que lo embarcado coincida con la documentación
- Identifique claramente sus bultos o cajas
- Tome en cuenta eventualidades antes de acordar sus tiempos de entrega
- Reserve con anticipación un lugar en el barco o en el contenedor (si va a usar este medio).
- Analice las compañías de transporte y confirme sus alcances y responsabilidades
- Piense en la pertinencia de adquirir un seguro internacional de transporte.

Seguros

En negocios internacionales proteger con un seguro el traslado de su mercancía hasta su destino final, es operar con tranquilidad. El exportador puede encontrar una serie de alternativas que ofertan coberturas para resarcir al beneficiario por las pérdidas o daños materiales que sufran sus productos al transportarse a su destino (sin importar si es un medio o una combinación).

Es conveniente que asegure la carga con una suma máxima de responsabilidades que corresponda al total del valor de factura, sumando fletes, derechos o impuestos de importación y todos los gastos propios de la transacción comercial internacional.

Cobertura por pérdidas o daños materiales en los bienes transportados:

1) Transporte de carga

Cubre: el valor de la factura, los fletes, derechos o impuestos de importación y gastos de transacción comercial.

II) Riesgos comerciales

Originados por incapacidad financiera del importador para cubris sus deudas insolvencia legal, insolvencia de hecho y mora prolongada

III) Responsabilidad civil

Cubre daños y perjuicios que el producto pueda causar.



Regulaciones **Arancelarias**

odo producto que se va a exportar, sin excepción, debe ubicarse en una clasificación arancelaria al pasar por aduana, ya que tiene la obligación de cubrir una tasa de acuerdo al tipo de arancel aplicable para el caso. También es de suma importancia conocer a detalle que su mercancía cumpla con regulaciones de tipo no arancelarias pero que han sido establecidas por el país al que desea enviar su producto, como puede ser permisos previos, cuotas compensatorias, regulaciones sanitarias, características de empaque y etiquetado, entre otras que se deben cumplir. Las regulaciones se dividen en Arancelarias y en No Arancelarias.

Las regulaciones arancelarias son los impuestos que deben pagar en la aduana de un país los importadores y exportadores por la entrada o salida de las mercancías. En México, la ley que regula los aranceles a la exportación es la ley de los impuestos generales de importación y exportación

Tipos de Regulaciones Arancelarias

a) Ad Valorem

Arancel expresado en términos porcentuales y que se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía. El cobro del impuesto, es el precio pagado que se consigna en la factura.

b) Arancel Específico

Se expresa en términos monetarios por unidad de medida, el valor real de la mercancía no tiene ninguna trascendencia fiscal.

c) Arancel Mixto

Es una combinación de los dos anteriores.

La Fraccion Arancelaria Es una clave que identifica a un producto en la tarifa arancelaria. Este mecanismo permite a quien lo aplica, clasificar una mercancía con un código idéntico, tanto en las tarifas de importación como en las de exportación. Esta clasificación es a nivel de ocho dígitos.

Para gozar de preferencias arancelarias al exportar a un país con el que México tenga algún Tratado o Acuerdo Comercial , su producto deberá cumplir con los requisitos de origen y se tendrá que anexar a la mercancía el certificado que valida el origen de la misma (Certificado de Origen).

Ojo:

Su producto no tendrá que cumplir con todas las regulaciones arancelarias y no arancelarias, solamente con las que requiera de acuerdo a la fracción arancelaria.

Quién desea exportar debe apoyarse en especialistas para clasificar su mercancía arancelariamente, ya que una errónea clasificación puede lesionar seriamente su proceso de exportación, con serias consecuencias para su empresa.

¿Sabías Que?...

El Centro Pymexporta Sinaloa brinda asesorías sobre regulaciones arancelarias y no arancelarias de manera gratuita. Para Mayores informes comunícate con nosotros.

Regulaciones No Arancelarias

as regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva o para preservar los bienes de cada país.

Tipos de Regulaciones No Arancelarias

Cuantitativas

- Permisos de exportación o importación
- Cupos
- Precios oficiales
- Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional: Dumping y subvenciones

Cualitativas

- Impuestos antidumping
- Regulaciones de etiquetado
- Regulaciones sanitarias
- Regulaciones de envase, empaque y embalaje
- Normas técnicas
- Regulaciones de toxicidad
- Marcado de país de origen
- Regulaciones ecológicas

Ahorre Esfuerzo

- Analice y estudie cada una de las regulaciones no arancelarias establecidas por el país al que va a exportar
- Identifique la fracción arancelaria que aplica a su producto
- Para tener una idea más clara sobre regulaciones no arancelarias identifique primero las que aplican a su producto en nuestro país
- No embarque su producto sin haber analizado primero las regulaciones no arancelarias vigentes en México
- Pregunte a su cliente sobre restricciones y regulaciones no arancelarias que exige su país
- Infórmese lo más posible, pregunte a su agente aduanal o bien de manera directa con las autoridades comerciales del país

Precios Internacionales

a determinación del precio de exportación es muy importante para lograr el éxito y para el sostenimiento de su empresa. No se puede determinar el precio únicamente en cuanto al porcentaje que desea ganar, hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Demanda del producto
- El precio de competencia en el país destino
- Adecuación del producto y su envase
- La logística internacional
- La estructura de costos en su empresa (Fijos y Variables)
- Al cotizar: conocer y aplicar correctamente en su contráto los términos de Compra-Venta Internacionales(INCOTERMS)

En pocas palabras, para determinar un precio de exportación adecuado es necesario considerar los costos y gastos base, más los costos y gastos en que incurra para hacer llegar el producto al cliente más su utilidad.

Nota: Debe de recordar que el precio es una estrategia para lograr la introducción y posicionamiento de su producto en el mercado extranjero.

¿Cómo saber con certeza cual es el costo real de producción de su producto?

Para conocer con precisión el costo real de producción es necesario realizar un estudio financiero de factibilidad que sea rentable para su empresa, análisis que otras cosas debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- . Costos de producción directa e indirecta materia prima, mano de obra, materiales y otros gastos indirectamente relacionados con la fabricación de los productos
- 2. Costos de comercialización y distribución, integrado por el estudio de mercado, la promoción y publicidad de ventas, personal, transporte, agente aduanal, entre otros. Es recomendable tomar en cuenta que algunas de las actividades señaladas le generarán gasto, independientemente de si vende o no su producto.
- 3. Otros factores comisiones sobre ventas, intereses (costo del dinero en el tiempo) economías de escala al vender mayor volumen, etc.

Como referencia es bueno tener una respuesta correcta para las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el costo unitario de producción; si la empresa fabrica 100 productos, 500 productos y 1,000 productos?
- \wr Cuál es la utilidad que obtiene la empresa si fabrica 100 unidades y solamente vende el 10%, o el 50% o bien el 100% de su producción?
- ¿Cómo se afecta la utilidad neta del producto terminado, si este se almacena por uno, dos o tres mese's?
- iQué velocidad de rotación de capital se necesita para tener un precio competitivo?
- ¿Qué estrategia logística y de manejo de inventario es la adecuada para ese preció competitivo?

Gastos para Exportar

- I. Envase y Embalaje de exportación.
- 2. Marcas, etiquetas, leyendas, o impresos especiales.
- 3. Optimización de la carga.
- 4. Inspección, certificación y verificación de exportación en la planta o almacén de la empresa.
- 5. Álmacenaje local previo (si se requiere).
- 6. Tramitación de documentos.
- 7. Recolección o Transporte nacional, incluyendo maniobras o renta de equipo.
- 8. Impuesto de exportación.
- 9. Seguro de la mercancía hasta su entrega al medio de transporte internacional.

En el comercio internacional, un cliente no esta dispuesto a pagar por ineficiencias ni fallas de programación o logística de una empresa exportadora, porque ante la oferta del mercado rápidamente puede reemplazarla y seleccionar otro proveedor.

Aspectos a considerar al determinar el precio:

- Determinar con exactitud y sin margen de error su precio de venta para un producto de exportación es una de las bases principales de su negocio.
- Practique una auditoria y análisis de costos a su producto a exportar, identificando con precisión los costos que implica la mano de obra, el material, los gastos directos e indirectos, así como los gastos generales y administrativos, sus costos de distribución, promoción y comercialización.
- Tenga un estudio detallado de los precios que tiene su competencia en el mercado a exportar.
- Determine los límites en los cuales su precio ya no puede disminuir.
- Tome en cuenta los costos de trámites y cumplimiento de regulaciones no arancelarias.
- Elabore cotizaciones claras y completas que incluyan condiciones comerciales (INCOTERMS).
- Maneje alternativas de precios. Determine hasta que punto desea delimitar su responsabilidad de la mercancía.

Verifique el costo del transporte internacional.



Incoterms

Sin reglas claras es difícil negociar, pero mucho más lo es, si el objetivo es comercializar en el exterior, porque en torno a los negocios internacionales existen reglamentos aceptados que marcan derechos y obligaciones, tanto para el comprador como para el exportador que deben ser acatadas tal y como están establecidas.

A dichas reglas se les conoce como **INCOTERMS**, abreviación de "International Commerce Terms", los cuales son los términos y reglas de negociación internacional, que especifican los derechos y obligaciones del vendedor y comprador en las transacciones comerciales, haciendo referencia al transporte que se utiliza y al lugar en donde se entrega la mercancía.

Clasificación de los Incoterms

Los incoterms se clasifican en dos formas:

- Por grupos.
- Por tipo de transporte que se utiliza.

1) Por grupos.

Esta clasificación se conoce por la primera letra de las siglas del incoterm, puede ser:

- E: Exit (en punto de salida u origen)
- F: Free (libre de flete principal)
- C: Cost (costo de flete principal incluido)
- D: Delivered (entregado en destino)

Los términos que inician con las letras "E" y "F" son entregados en el país de origen, y los que inician con "C" y "D" son entregados en el país de destino.

Categoría E: EXW	Único término en que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor.
Categoría F: FCA, FAS y FOB	Términos en los que al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador.
Categoría C: CFR, CIF, CPT y CIP	El vendedor contrata el transporte, sin asumir ningún riesgo o responsabilidad sobre la mercancía una vez que esta ha sido embarcada.
Categoría D: DAF, DES, DEQ, DDU y DDP	El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta entregar la mercancía en el lugar de destino acordado.

2) Por tipo de tranporte a utilizar

Se clasifican en aéreo, marítimo o fluvial, cualquier tipo de transporte (incluyendo aereo y terrestre).

Los **incoterms** permiten a quienes establecen un acuerdo internacional de negocios hacerlo bajo un contrato claro y que no de lugar a interpretaciones equivocadas, ya que se establece planamente la posición jurídica de cada una de las partes en el convenio.

Existen 13 tipos de Incoterms.

Costes riesgos vendedor Costes riesgos vendedor/ Costes riesgos vendedor/ INCOTERMS		EMBALAJE Y VERIFICACION Control, Calidad, Medida, Peso, etc.	CARGA (Camión, Vagón) Llenado Contenedor en Fábricoa o Almacén	TRANSPORTE INTERIOR De Fátrica a Puerto Aeropuerto a Terminal Contenedores, Grupajes, etc.	FORMALIDADES ADUANERAS EXPORT.	COSTE Manipulación Mercancia Puerto, Aeropuerto Terminal TIR, Terminal Grupaje Contenedores, Almacén, Frontera	TRANSPORTE PRINCIPAL	SEGURO MERCANCIA SEGURO TRANSPORTE	COSTES Manipulación Aeropuerto Terminal TIR Terminal Grupaje Contenedores Almacén, Fromera	FORNALIDADES ADUANERAS IMPORT.	TRANSPORTE INTERIOR De Puerto Aeropuerto, Terminal TIR A. Fábrica Almacén	RECEPCION O DESCARGA En Fábrica Almacén	MODALIDAD TRANSPORTE M Maritimo T Terrestre P Polivalente
Ex Works En Fábrica	EXW	•	•	•	•	•	•	0	•	•		•	Р
Free Carrier-named place Franco Transportista (punto convenido)	FCA	•	0	0	•	0	•	0	•	•	0	•	Р
Free Alongside Ship (named port of shipment) Franco o Libre al Costado del Buque (puerto de embarque convenido)	FAS	•	0	0	•	•	•	•	•	•	•	•	М
Free On Board (named port of shipment) Franco A Bordo (puerto de embarque convennido)	FOB	•	0	0	0	0	0	0	0	•	0	•	М
Cost and Freight (named port of destination) Coste y Flete (puerto de destino convenido)	CFR	•	0	0	•	0	0	•	•	•	•	•	М
Cost. Insurance and Freight (named port of destination) Coste, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)	CIF	•	0	0	0	0	0	0	•	•	•	•	М
Carriage Paid to (named place of destinator) Transporte Pagado hasta (lugar destino convenido)	СРТ	•	0	0	•	0	0	•	•	•	•	•	Р
Carriage and Insurance Paid to (named place of destinaton) Transporte y Seguro Pagados hasta (lugar destino convenido)	CIP	•	0	0	0	0	0	0	•	•	•	•	Р
Delivered At Frontier (named place) Entregado en Frontera (lugar convenido)	DAF	•	0	0	0	•	0	0	•	•	•	•	PT
Delivered Ex Ship (named port of destination) Entregado a Bordo (puerto destino convenido)	DES	•	0	0	•	0	0	0	•	0	•	0	Р
Delivered Ex Quay (named port of destination) Entregado a Muelle (puerto destino convenido)	DEQ	•	0	0	•	0	0	0	0	•	•	•	Р
Delivered Duty Unpaid (named port of destination) Entregado sin Pago de Derechos (puerto destino convenido)	DDU	•	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Р
Delivered Duty Paid (named port of destination) Entregado Libre de Derechos (puerto destino convenido)	DDP	•	0	0	0	•	0	0	0	0	0	0	Р



Formas de Pago Internacionales

La forma de recibir o realizar pagos puede clasificarse por su nivel de seguridad en:

- Seguridad Baja: Cheques, giro bancario, orden de pago.
- Seguridad Media: Cobranza bancaria internacional
- Seguridad Alta: Carta de crédito

Principales Formas de Pago

Forma de Pago	Momento de Pago al Vendedor (Exportador)	Bienes Disponibles Para El Comprador (Importador)	Riesgos Para El Vendedor (Exportador)	Riesgos Para El Comprador (Importador)
Cheque	Antes de embarcar	Al arribo	Casi ninguno: verificar recomendaciones	Total confianza con el exportador al embarcar las mercancías.
Giro Bancario	A la fecha del giro	Antes del pago	Alta confianza del importador que envíe el giro, alto riesgo exportador.	Necesario verificar cantidad y calidad al arribo.
Orden de pago	Antes de embarcar.	Al arribo	Ninguno; verificar solamente el acreditamiento a la cuenta.	Alta confianza para el exportador; alto riesgo para el comprador.
Cobranza bancaria	Al momento de presentar documentos financieros (letra de cambio) y documentos comerciales (facturas, etc.)	Al arribo	Riesgo medio ante la renuencia del comprador de cubrir las letras de cambio.	Riesgo medio- bajo; el comprador puede negarse al pago sí el embarque no llega.
Carta de crédito	Cuando el embarque ha sido enviado	En cuanto llegue el embarque previamente confirmado.	No hay, si se respetan los términos de la Carta de Crédito.	Casi ninguno, en la carta se especifica los requerimientos.

Carta de Crédito

La carta de crédito es un documento emitido por un banco a favor del exportador, con el cual el banco se compromete a pagar la suma establecida a cambio de que se hagan la entrega de los documentos de embarque en un tiempo determinado.

Los participantes dentro de una carta de crédito son:

Exportador o vendedor: interviene una vez iniciado la operación de compra/venta y si se han establecido los términos y condiciones de la carta de crédito; a momento de recibir por un Banco notificador la cara de crédito a su favor, el exportador embarcará las mercancías como lo planeado. Conocido también como beneficiario, cuando éste reciba el pago.

Importador o comprador: inicia los trámites a través de un Banco emisor la carta de crédito; conocido también como el ordenante, por iniciar la apertura de una carta de crédito.

Banco Emisor: El que emite la cara de crédito de acuerdo a la especificación del importador o comprador.

Banco Intermediario: Si avisa el crédito es el notificador y si entrega la confirmación a su cliente es confirmador.

Es recomendable que antes de iniciar una operación con la carta de crédito, se analice sobre la aplicación del documento, o se busque una asesoría de un Banco sobre el pago del mismo.

Las cartas de crédito son operaciones independientes de los contratos en los que se pueden estar basadas y a los bancos no afecta dicha vinculación. Por lo tanto, no es necesario citar en la carta de crédito si existe una vinculación con un contrato especial.

Es muy importante que dentro de la carta de crédito se estipulen los términos y condiciones que las partes convinieron, siendo recomendable anexar un ejemplar del formato que va a ser utilizado.





n contrato tiene el objetivo de amparar negocios lícitos (bienes o servicios). Es un acuerdo de voluntades que puede ser o no por escrito; sin embargo, se recomienda que en todos los casos se le dé forma por escrito, con firmas autógrafas o bien a través de medios electrónicos.

Existen diversas formas contractuales para realizar negocios en comercio internacional. Para el caso de exportaciones e importaciones de mercancías los contratos mas comunes son los siguientes:

- De compra venta, que comprende una sola transacción
- De suministro, que puede incluir entregas repetidas de un producto, en el marco de un solo contrato.
- De distribución, de comisión o agencia mercantil.
- De licencia para el uso o explotación de una patente o una marca.
- De maquila de exportación.
- De presentación de servicios.
- De franquicia de exportación.

En el intercambio comercial internacional, es una práctica común que las negociaciones sean informales, lo que no las invalida ni impide que sean concretadas las operaciones. Esto presenta constantemente una serie de riesgos que pueden derivar en problemas operativos, legales y financieros entre las partes.

Tener un formato de contrato en los dos idiomas ayuda a formalizar las transacciones comerciales, consultar a un abogado o a un asesor especializado en comercio exterior para su redacción es lo mas recomendable además de tenerlo impreso.

Siempre hay que tomar en cuenta que el contrato internacional es el documento formal y jurídico que regirá paso a paso toda la operación comercial, además de los aspectos relativos al objeto del contrato, al precio, a la forma de pago, a la entrega de mercancías, al empaque, entre otros.

Al Acordar un Contrato Enfóquese

- Valore su capacidad de producción.
- Respete las especificaciones pactadas.
- Analice cuidadosamente sus costos de producción, empaque y flete
- Fije un precio de venta rentable pero acorde a mercado
- Estudie contratos internacionales que incluyan derechos y obligaciones de las partes.
- Investigue y compare compañías de seguros
- Investigue la confiabilidad de su cliente.
- Acuerde una esquema seguro de pago

No descuide ningún detalle operativo ni de logística, su experiencia lo apoyará para ir mejorando su estrategia y toma de decisiones; sin embargo, sus primeros pasos debe darlos totalmente convencido y con conocimiento de los diferentes riesgos que puedan surgir en el proceso. De valor a cada detalle, no minimice nada por insignificante que parezca, recuerde que ahí puede estar la diferencia entre su éxito o un dolor de cabeza.

Comercialización y Canales de distribución

¿Cómo definir el mejor canal de comercialización para mi producto?

Los canales de distribución varían con base en el tipo de producto a manejar , ya sea de consumo, industrial o de servicios. Asimismo varían de país a país.

Se recomienda realizar un análisis sobre la exportación directa e indirecta , para determinar cual le conviene más.

Algunos de <mark>los canales de dist</mark>ribuc<mark>ión y comercialización para llegar al</mark> consumidor fi<mark>nal</mark> son:

- Distribuidor mayorista
- Distribuidor minorista
- Cadenas de supermercados
- Comercializadoras
- Almacenes
- Brokers

Es recomendable investigar sobre la legislación que rige el servicio de distribución para extranjeros en el mercado destino, así como los canales de comercialización que operan para su producto.

Apoyos Tecnológicos y Financieros

n la apertura comercial que vive México, es cada vez más necesario que las empresas en general, y las pequeñas y medianas en particular, usen de manera permanente los avances tecnológicos que el tercer milenio pone a su alcance. Acceder a los beneficios de la tecnología es parte de los principios básicos para lograr la competitividad empresarial.

Calidad Precio Innovación Estrategia Comercial

Mejorar la Calidad: En el mercado internacional cada día se mejoran los productos, se innovan o simplemente, a través de la tecnología, se mejora su presentación y diseño. Hoy lo mas importante es satisfacer las necesidades del consumidor y presentar un producto igual o mejor que el de la competencia.

Precio Competitivo: En muchos sectores, ante la fuerte competencia se genera una tendencia hacia la reducción en los precios, por lo que es necesario que el fabricante disminuya sus costos de producción mejorando sus sistemas de producción, pues de otra manera puede ver reducidas sus utilidades o lo más grave, ser desplazado del mercado.

Innovación: El secreto está en crear cada vez algo mejor, que dé respuesta a nichos de mercado específicos; nuevos productos, productos complementarios, gamas de servicio de apoyo, nuevos esquemas de distribución, de cobro, de inventarios, y en general, crear, inventar e innovar en todos los aspectos relativos a la producción y venta de los productos.

Estrategia comercial: El empresario tiene la responsabilidad no sólo de producir, sino también de manejar la relación con sus compradores y proveedores, organizar y administrar la empresa en su conjunto y diseñar los mecanismos de comercialización y distribución del producto para llegar al punto de venta. En este sentido, se puede tener el mejor producto, pero si no se desarrolla una estrategia inteligente, no se vende.

Apoyos Financieros

El financiamiento oportuno, suficiente y negociado en condiciones de bajo riesgo con tasas adecuadas es una condicionante para ser competitivos en la actividad exportadora.

Para producir y exportar eficientemente, las empresas requieren tener la suficiente liquidez, lo que hace del financiamiento, una de las variables más determinantes para lograr el éxito en los negocios internacionales.

Una vez logrado el financiamiento, su adecuado manejo es de vital importancia, sobre todo en mercados o regiones donde la economía esta deteriorada y la empresa descapitalizada; por lo general, operar con recursos de la banca, en proporciones adecuadas, incrementa la rentabilidad de la inversión de las empresas.

Instituciones como Bancomext, Nafin, y la banca comercial le brindan servicios de asistencia financiera, por lo que es recomendable solicitar su asesoría y conocer todos los programas de apoyo financiero que tienen, asimismo la Secretaria de Economía a través de los Fondos PyME Exporta apoya el desarrollo de esta actividad.

Programa de Fondos PyME:

Comercialización y distribución de productos:

- I. Envío y manejo de productos y muestras para la promoción y comercialización de productos en los mercados internacionales.
- 2. Instalación y equipamiento de puntos de venta y comercializadoras. Promoción:
- 1. Organización de actividades relacionadas con las giras y misiones empresariales que faciliten el acceso a mercados.
- 2. Realización de encuentros de negocios.
- 3. Renta de espacios para la participación en eventos, construcción y montaje de módulos de exhibición para la promoción (stands).
- 4. Elaboración de material promocional.
- 5. Realización de eventos de promoción y difusión.
- 6. Realización del diseño industrial y gráfico, para productos y empaques, así como el envío de muestras para la promoción y comercialización de los productos.

Para mayor información acuda al Centro Pymexporta Sinaloa, en donde podra obtener la asesoria que necesita.



Organismos de Apoyo a la Actividad Exportadora

Centro Pymexporta Sinaloa

La Secretaría de Desarrollo Económico a través del Centro Pymexporta Sinaloa tiene como función promover la oferta exportable de los productos sinaloenses en los eventos internacionales, así como capacitar a todos los empresarios que busquen apoyo en su proceso de exportación.

El Centro Pymexporta Sinaloa es la dirección de la Secretaría de Desarrollo Económico el cual se encarga de promover las exportaciones de las empresas sinaloenses con oferta exportable, o de igual manera capacitarlas para que estas puedan exportar, así como promover todas las operaciones comerciales entre el Estado y el Extranjero, buscando fomentar el comercio exterior del estado de Sinaloa.

Nuestra principal función es facilitar a las empresas sinaloenses la exportación de sus productos y/o servicios. Les brindamos asesoría especializada con temas relacionados con el comercio exterior. Los proveemos de la información necesaria para exportar (trámite de certificados, programas de fomento, padrones de importadores y exportadores, normas de sanidad, seguridad, todos los requisitos expedidos por el país al que se desea exportar).



pone a su disposición los siguientes servicios:

a) Misiones Comerciales

Las misiones comerciales consisten en contactar a las empresas sinaloenses con empresas extranjeras con las cuales se realiza una agenda mediante citas de negocios en la cual el empresario sinaloense pueda establecer algún tipo de relación comercial de negocios. También contamos con el programa de "Misiones comerciales Inversas" el cual consiste en invitar a un comprador extranjero a que visite las plantas productoras sinaloenses y puedan tener un trato directo con el productor.

Algunas de las misiones comerciales que se han llevado a cabo en el Estado han sido con empresas como: HEB, Safeway, El Alteño, United Western Grocers, Mercado California, entre otros.

b) Directorios y Catálogos

También contamos con un Directorio de Exportadores en el cual aparecen las 500 empresas exportadoras del Estado. En éste se encuentran 5 sectores:

- Food Sector
- Industrial Sector
- Agriculture Sector
- Fishing Sector
- Tourism Sector

El Catálogo de Alimentos es una guía que contiene los principales productos sinaloenses con capacidad exportable. Contiene la información de cada empresa de manera que las empresas foráneas interesadas en estos productos puedan contactarlas. En éste participan 57 empresas sinaloenses con una gama extensa de productos.

¿Sabías Oue?...

El Directorio de exportadores Sinaloenses y el Catlágo de Alimentos es entregado en Ferias Internacionales, Oficinas Bancomext, Aduanas y Embajadas? Tu puedes formar parte de ellos. Acercate al Centro Pymexporta Sinaloa.

c) Ferias Internacionales

Para facilitar la exportación de los productos sinaloenses y su promoción, los introducimos al mercado que quieren exportar, por medio de ferias internacionales en las cuales las empresas pueden exponer sus productos. Nuestro departamento les facilita a las empresas la gestión del stand, asesoría previa, apoyos económicos, entre otras cosas.

d) Servicio de Asesoría y Capacitación

Prestamos asesoría y consultoría a todas las empresas del Estado que la requieran, ya sea que tengan capacidad exportable o que no tengan, ya que aquí también las preparamos para que exporten. Los programas con los que contamos son:

Programa ACEX

El programa ACEX tiene como objetivo principal asesorar a las empresas y asociaciones en materia de comercio internacional mediante prestadores de servicios y/o practicantes formados bajo la supervisión del Centro Pymexporta sin costo alguno.

Seminarios

Conferencias y capacitaciones que presentan expositores internacionales para las empresas del estado

Unidad de Promoción

En ésta área se lleva a cabo la Capacitación Empresarial, la coordinación de todos los eventos que organiza Comercio Exterior en la localidad y los eventos foráneos. También se organizan los seminarios y conferencias que presentan expositores internacionales para las empresas del estado.

• Unidad de Inteligencia Comercial

En ésta área se llevan las estadísticas de Comercio Exterior del Estado, así como la administración del Centro Pymexporta y las Agendas Comerciales. De igual forma la detección de oportunidades de negocio

Unidad de Normatividad

En el departamento de normatividad, se les facilitan a las empresas los requerimientos necesarios para que puedan exportar y se les provee la información necesaria para lograrlo. Por ejemplo: FDA, USDA, Transfat, trámites aduanales, entre otros.

Unidad de Comercio Exterior

Aquí se lleva a cabo la administración del departamento, así como la atención y evaluación a MŸPYMES.





Unidad de Fondos de Financiamiento Empresarial (UFFE)

El objetivo primordial de la Unidad de Fondos de Financiamiento Empresarial el de fortalecer y proporcionar a la micro y pequeña empresa los elementos instrumentos necesarios para inducir, facilitar y mejorar la cultura empresarial. Esto es realizado a través de un conjunto de programas que bajo esquemas preferenciales que respondan a las distintas necesidades de crédito de las empresas mediante capacitación, asesoría y financiamiento, asegurándose de establecer los medios que permitan elevar la competitividad y productividad de las empresas sinaloenses y de manera muy especial a iniciativas desarrolladas por jóvenes y mujeres jefas de familia.

La UFFE pone a su disposición los siguientes programas:

I° FINANCIAMIENTO

Programa que brinda a las pequeñas y medianas empresas financiamiento a través de esquemas flexibles facilitando el acceso al crédito a los nichos que no son atendidos por la banca comercial, con trámites simples, con el mínimo de requisitos y tasas de interés muy por debajo del mercado, con el fin de fomentar una cultura de pago que les permita fortalecer su crecimiento y desarrollo empresarial.

Ofrece 3 esquemas para el otorgamiento de crédito a microempresas: NUEVOS ACREDITÁDOS, REČREDITOS y TASA 0 %

- Creditos para Capital de trabajo y Activos Fijos.
- Plazos hasta 12 meses máximo.
- Pagos quincenales
- Requisitos: 3 referencias comerciales, 1 aval, garantia prendaria 1:1

Extensionismo para Las Mipymes de Sinaloa

Programa en coordinación con la Secretaría de Economía que permite apoyar a las micro, pequeña y mediana empresa de manera integral en la detección de necesidades de crédito y/o gestión de un financiamiento a través de productos financieros y programas aprobados por el Consejo Directivo del Fondo PyME.

¿Sabías Que?...

La red de Extensionistas Financieros que opera en todo el Estado de Sinaloa, es una herramienta para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas en sus gestiones crediticias, y así puedan obtener el financiamiento más adecuado a sus características y necesidades, a través de los productos de crédito Pyme de la Banca Comercial e Intermediarios Financieros especializados sin costo para el solicitante y en condiciones diferenciadas.

Foro De Financiamiento Sinaloa

Este evento se realiza con el fin de proporcionar todas las alternativas de crédito en un sólo lugar acorde a las necesidades crediticias de cada uno de los empresarios de la entidad, generando oportunidades de desarrollo desde segmentos populares hasta los grandes corporativos y promover el acceso a los diversos instrumentos crediticios a la población sinaloense a fin de fortalecer sus potenciales y capacidades productivas, así como medio de promoción de las instituciones participantes.

Consultoría Básica Integral en Formación y Desarrollo Empresarial de Red Fosin

Busca detonar el crecimiento y desarrollo de las empresas del Estado de Sinaloa. Para ello es necesario hacer un excelente análisis de la situación de la empresa y detectar cuales son los puntos negativos y positivos que existen, resolver las adversidades empresariales mediante la explotación de los recursos disponibles, partiendo de la capacitación a la obtención del crédito, logrando un desarrollo óptimo y equilibrado de su cultura empresarial.

Capacitacion en Formacion y Desarrollo Empresarial de Red Fosin A.C.

Con la finalidad de ofrecerle al empresario un curso que concentre y sintetice toda aquella información clave para el buen desarrollo de un negocio, se ha desarrollado un proceso de capacitación orientada a detectar los puntos débiles que existen constantemente dentro de la micro, pequeña y mediana empresa Sinaloense, es decir, lo que se busca es crear un filtro dentro de la capacitación para ofrecerle a los clientes conocimientos que tendrán un real efecto dentro de su negocio.

Estos cursos se llevan a cabo son promovidos y llevados de manera conjunta a través de diversos organismos empresariales como Canaco, Canacintra y las unidades rápidas de Gestión Empresarial.



Programa de Reincorporación al Crédito

Esta orientado a integrar y proporcionar la información del Buró de Crédito (Reporte de crédito), que ayude a los Sinaloenses a obtener su historial crediticio e interpretarlo. En caso de ser negativo asesorarlo y apoyarlo en gestionar su regularización con las diversas Instituciones financieras y comerciales, se analizará la situación específica de cada PF, PFAE y PM se recopilará información que sirva como soporte de la aclaración; se negociará con acreedores o instituciones de apoyo para encontrar alternativas favorables de acción (CONDUSEF O PROFECO), esto con el objetivo, de que los Sinaloenses puedan acceder nuevamente al financiamiento. Creando y fomentando una cultura adecuada respecto de las operaciones y servicios financieros.

Servicios que se ofrecen:

- Obtención del Reporte de Crédito Ordinario (En línea) para PF, PFAE Y PM.
- Obtención del Reporte de Crédito Especial (10 días) para PF, PFAE y PM.
- Interpretación del Reporte de Crédito para PF, PFAE y PM.
- Asesoria y gestión ante los organismos (CONDUSEF Y PROFECO).

Corrección en información imprecisa o desactualizada de su Reporte de Crédito para solicitar una aclaración ante las Instituciones crediticias, y/o el Buró de Crédito directamente.

Asesoría y Gestión para empresarios que cuenten con bienes inmuebles gravados por Instituciones de Crédito, como pueden ser Bancos, Uniones de Crédito, Cajas de Ahorro, Banca de Fomento y Fondos Estatales como FOMICRO, derivado de créditos cuya antigüedad sea mayor a 10 años.

Apoyo administrativo para aclaraciones, gestiones y asesoría especial en negociaciones para pagos de deudas bancarias o fondos de desarrollo para quienes estén dispuestos a llegar a acuerdos, así como cuando los créditos prescriban.

Proyectos Productivos

En coordinación con la Secretaría de Economía del Gobierno Federal y los Ejecutivos de los Gobiernos Estatales, han convenido en promover el financiamiento a proyectos productivos de las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas que fomenten e integren cadenas productivas, incrementen su competitividad, promuevan su fortalecimiento y generen negocios de alto valor agregado, a partir de la aplicación de conocimientos y avances tecnológicos, a través, de un Fideicomiso Público denominado "Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural" (FOCIR).

Conceptos sujetos al financiamiento:

Para atender las demandas específicas de los sectores industrial, comercial y servicios, incluidos agronegocios y ecoturismo, los conceptos de financiamiento únicamente serán los siguientes:

Proyectos productivos:

a) Ádquisición e instalación de maquinaria y equipo industrial

b) Instalación y equipamiento de unidades auxiliares a la producción, tales como: laboratorios, equipos y sistemas para centros de diseño y otras instalaciones que agreguen valor a la producción.

Infraestructura Productiva:

a) Construcción, remodelación, adaptación y, en general, la infraestructura necesaria para la operación de los proyectos productivos.





a Dirección de la Micro, Pequeña y Mediana empresa apoya económicamente y con gestión a los empresarios Sinaloenses en el desarrollo de sus productos, en la vinculación con las cadenas comerciales más importantes del país, así como en la contratación de servicios de capacitación y consultoría empresarial que permitan aumentar la productividad y hacer más competitiva la empresa.

La Dirección de la Micro, Pequeña y Mediana pone a su disposición los siguientes programas:

I° Desarrollo de productos

Este programa consiste en apoyar económicamente a las empresas en el desarrollo de sus productos y servicios para ayudarlos a ingresar a los canales de comercialización formales. Apoyamos para que las empresas cuenten con las herramientas necesarias para competir en el mercado:

- Imagen y/o diseño de logotipo, debido a la importancia de tener una imagen que el consumidor pueda identificar.
- Registro de Marca, para la distinción de los productos de su misma especie y protección de la competencia desleal.
- Patente, para la protección de innovaciones y exclusividad de explotación.
- Código de barras, para poder entrar a la mayor parte de las cadenas comerciales que cuenten con este sistema.
- Tabla nutrimental, para cumplir con la información de las normas oficiales de alimentos y bebidas, y dar seguridad a su cliente de lo que consume.
- Norma de etiquetado para alimentos y bebidas; ya que cumplir con esta norma es un requisito mínimo para salubridad, y clientes de prestigio.

I° Desarrollo Comercial

La vinculación comercial tiene como principal objetivo lograr el cierre de negociación entre uno o varios compradores con cada productor sinaloense.

Se puede realizar a través de:

- 1) Participación en exposiciones y encuentros de negocios
- 2) Acercamiento directo
- 3) Programas de maquila

Canales de comercialización:

- Oxxo
- Chedraui
- Sahuayo
- Walt-Mart
- Almacenes Zaragoza
- Soriana
- Heb

¿Sabías Que?...

La Secretaría de Desarrollo Económico a través del Programa "1º Desarrollo Comercial" impulsa el desarrollo comercial de las empresas sinaloenses mediante la vinculación comercial de sus productos en los distintos canales de comercialización de carácter local y nacional.

Sinaloa CRECE

A través de Sinaloa CRECE, el Gobierno del Estado de Sinaloa otorga apoyos económicos para las micro, pequeñas y medianas empresas sinaloenses para la contratación de servicios de capacitación y consultoría empresarial que permitan aumentar la productividad y competitividad de la empresa con consultores externos de la Red de Sinaloa CRECE.

Una vez que el empresario determina sus necesidades de consultoría y capacitación empresarial, éste podrá solicitar el apoyo.

Requisitos para Micro y Pequeñas Mediana empresas que soliciten los apoyos del programa Sinaloa CRECE A.C. programa

- I.- Ser micro o pequeña empresa
 2.- Tener mínimo 6 meses en operación.
 3.- El consultor contratado por la empresa deberá formar parte de la Red de Consultores Externos del Programa Sinaloa CRECE.



Otros Organismos de Apoyo a la Actividad Exportadora



BANCOMEXT

Banco Nacional de Comercio Exterior es el instrumento del gobierno mexicano cuya misión consiste en impulsar el crecimiento de las empresas mexicanas e incrementar su participación en los mercados globales, ofreciendo alternativas que fortalezcan su competitividad y fomenten la inversión a sectores prioritarios, a través del acceso al financiamiento y a otros servicios financieros y promocionales.



Nacional financiera tiene como objetivo impulsar la realización de proyectos de inversión viables que estimulen la generación de empleo y el crecimiento económico, a través de facilitar el acceso al financiamiento a empresas micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.



Secretaria de Economía es una dependencia del ejecutivo federal, a través de sus oficinas el empresario mexicano puede obtener información y apoyo en diversos aspectos industriales, comercio interior, comercio exterior, normatividad, inversión extranjera, mediante programas e instrumentos diseñados para impulsar su desarrollo.



Feriasy Exposiciones

xisten muchas y variadas formas de promover un producto o una empresa. Sin embargo, en la actualidad la estrategia mas utilizada por los empresarios es la de participar en exposiciones, ya que en un solo lugar puede tener contacto con un importante número

Si usted se decide a utilizar estos esquemas de promoción para captar clientes y lograr una mayor penetración en el mercado, es importante que antes de confirmar su participación investigue lo siguiente:

- Nombre del evento.
- ¿Quiénes participan?
- ¿Es especializada o no?
- ¿Quién lo organiza?
- ¿Cuántos años tiene organizándose?
- ¿A quién va dirigido?
- Duración del evento.
- Sede del evento.
- Costo del evento.
- De ser posible conozca de viva voz experiencias de expositores.

Una vez que ha decidido que es una buena opción para su empresa participar en una exposición o feria, elija con mucho cuidado la ubicación de su stand, elija un espacio que de acuerdo al croquis de distribución, tenga una afluencia natural de visitantes.

Al momento de tener que entrar en materia de cómo proyectará a su empresa tenga en cuenta lo siguiente:

- Selección del producto a exhibir.
- Decoración de stand.
- Selección de personal para asistir al evento.
- Precios Internacionales del producto.
- Papelería de utilidad en el evento (Hojas de registro para visitantes que pueden ser clientes potenciales, formatos de pedidos, entre otros).
- Tarjetas de presentación.
- Catálogos de sus productos.
- Folleteria de los productos .
- Vestimenta Formal.

Recuerde que la imagen que usted presente en una exhibición será la imagen que los visitantes tendrán de su empresa o producto.

Después de que concluyo la feria, debe dar un seguimiento puntual de prospectación, ya quen lo visitó en su stand manifestó interés en su empresa o producto y puede representar a su futuro mejor cliente, recuerde que un evento de esta naturaleza es para captar nuevos clientes.

Para ello trabaje en:

- Ordene y clasifique los datos de quien lo visitó en su stand o pabellón.
- Envieles una carta de agradecimiento y manifestando interés para negociar.
- Amplie la información que tiene de su posible cliente.
- Hágale llegar información amplia sobre su la potencialidad de su negocio y productos.

Es conveniente comentar que una exposición o feria no mide resultados en función de las ventas que haya realizado durante los días del evento (aunque hayan sido excelentes), sino que lo más importante es darle seguimiento a todos y cada uno de los clientes potenciales que visitaron su stand y que por supuesto usted registró.



Eventos en los que participa el Centro Pymexporta Sinaloa:



El Produce Marketing Association (PMA) es la feria más grande de frescos en los Estados Unidos. Con más de 17,000 visitantes, del cual el 85% de ellos son tomadores de decisión y 69% de los mismos representan el 69% de las grandes cadenas de autoservicios.

Este evento es una plataforma para conocer las tendencias del mercado y tener acceso acceso a las cadenas de autoservicios, estrechar la relación con los clientes actuales y contactar nuevos clientes para diversificar mercado y desarrollo de nuevos productos.



Feria internacional dedicada al sector de hoteles, restaurantes y bares, la cual es visitada por aproximadamente 15,000 personas (restaurantes, bares, operadores de banquetes, escuelas, casinos, hoteles, clubs, supermercados). Es llevada a cabo en la ciudad de Los Ángeles, California y actualmente participaron I I empresas sinaloenses.



Expo Comida Latina es una de las ferias de mayor afluencia que se celebra en los tres mercados latinos más importantes: Los Ángeles, Nueva York y Houston, especializada en alimentos y bebidas, que ofrece la ventaja de canales adecuados de distribución de productos, creado para satisfacer las necesidades de la población hispana y el creciente gusto por los alimentos latinoamericanos por parte de la comunidad anglosajona en los Estados Unidos. Tiene como objetivo Penetrar, consolidar y darle continuidad a la promoción de la oferta exportable de Sinaloa en el mercado latino de los Estados Unidos. Este año participaron 17 empresas sinaloenses.



Expo Sinaloa se lleva a cabo en las diferentes ferias internacionales en las que el Gobiernos del Estado participa promocionando la oferta exportable Sinaloense. Participan los siguientes sectores: pesca, trurismo, alimentos procesados, alimentos frescos, entre otros.



La Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de Sinaloa y CAADES en conjunto con CANACINTRA, presentan año con año el pabellón Agroindustrial Alimentario Sinaloa "El sabor vivo de México", en el marco de la ExpoAgro Sinaloa.

El pabellón Agroindustrial Alimentario presenta ante compradores nacionales e internacionales los productos elaborados por más de 100 empresas de la cadena alimentaria del estado de Sinaloa. Representa una oportunidad de de ofertar sus productos alimenticios con valor agregado ante compradores nacionales de tiendas de autoservicio con sus diferentes formatos y mayoristas especializados en alimentos, así como compradores internacionales especialmente del Estado de California.

El Pabellón es la muestra más completa de su ramo, reforzando el liderazgo nacional del Estado de Sinaloa en el sector alimentario. Su objetivo es promover comercialmente los productos alimentarios elaborados en Sinaloa, buscando su introducción a las principales canales de comercialización.

FoodexJapan

Es el evento que agrupa todo el sector alimenticio para la región japonesa, sin duda uno de las 4 más importantes del mundo. El mercado de alimentos, bebidas y foodservice de Japón es de 225 billones de dólares. Japón importa el 60 % de su consumo de alimentos. Esta feria se lleva a cabo en Tokio, Japón. Participan 6 empresas sinaloenses y tiene como objetivo introducirlas al mercado asiático y extender sus opciones de mercado a exportar.



Páginas de Internet con información referente a comercio exterior

Secretaría de Economía www.economia.gob.mx

Comce. Consejo Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología AC www.comce.org.mx

Banco Mexicano de Comercio Exterior

Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de La Republica Mexicana (CAAAREM) www.caaarem.org.mx

Secretaria de Comunicaciones y Transportes www.sct.gob.mx

Puertos de México www.sct.gob.mx

Información de Negocios www.soyentrepreneur.com



Lic. Rafael Rodriguez Castaños rafael.rodriguez@sinaloa.gob.mx Director Estatal de Comercio Exterior

Lic. Daniela Peraza daniela.peraza@sinaloa.gob.mx Unidad de Capacitación Empresarial y Promoción

Lic. Mariel Mendivil mariel.mendivil@sinaloa.gob.mx
Unidad de Inteligencia Comercial

Lic. Carolina Sánchez carolina.sanchez@sinaloa.gob.mx
Coordinadora de Comercio Exterior

Lic. Ana Beatriz Verdugo ana.verdugo@sinaloa.gob.mx Departamento de Normatividad

Secretaría de Desarrollo Económico de el Estado de Sinaloa.

Palacio de Gobierno Insurgentes S/N Centro Sinaloa, Culiacán Sinaloa México Telefono: 01 66 77 58 5200

Fax: 01 66 77 58 5239

www.sinaloa.gob.mx













