

TRAVESÍA DE LAS ARTESANÍAS: EXPORTACIÓN

MANUAL DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS MEXICANAS A LA UNIÓN EUROPEA.



Autora: Eva Raquel Ramos Barcelos- Pasante de Lic. en Negocios Internacionales
Revisión y Edición: Mtra. Carmina Galicia Fuentes- Responsable del Área de Inversión Social y Proyectos de FUNDACIÓN ADO.



El presente manual es resultado del Servicio Social realizado en el Área de Inversión Social y Proyectos de FUNDACIÓN ADO.



AGRADECIMIENTOS

En FUNDACIÓN ADO, nuestro compromiso es lograr que la sostenibilidad de las comunidades sea una realidad en México y, a través de ella, romper la brecha de desigualdad que afecta a millones de personas. De esta manera, más comunidades podrán adaptarse a las transformaciones de su entorno, vincularse a las dinámicas económicas desarrollándose con un impacto ambiental sostenible.

A lo largo de un trabajo de más de 15 años, en FUNDACIÓN ADO, reconocemos la importancia de reposicionar el trabajo de grupos dedicados a la actividad artesanal, como una actividad de promoción y preservación cultural, que guarda tradiciones ancestrales. Así mismo, reconocemos el trabajo artesanal como una actividad económica que podría generar mejores condiciones de vida en las artesanas, artesanos y sus familias. Para ello, es importante que las prácticas de comercialización incluyan estrategias efectivas de intercambio justo, que involucren directamente a los artesanos.

Nos encanta resaltar que en México, varios grupos indígenas y comunitarios son líderes en trabajo artesanal de altísima calidad con una demanda que rebasa sus propias fronteras; por lo que consideramos de suma importancia que, cada vez más, se incursione en mercados diversos a nivel internacional.

El presente manual, la Guía práctica para exportar, así como la serie de 11 videos “Travesía de las artesanías: exportar”, son materiales con el objetivo de orientar a los artesanos que desean expandir su mercado al extranjero. El conjunto de estas tres herramientas se elaboró para explicar el proceso de exportación de productos artesanales a la Unión Europea, asistiendo el procedimiento de punta a punta. En la información se toman en cuenta ejemplos representativos de artesanías, tales como: textiles, alebrijes y figuras de barro negro.



Para la elaboración de este material, FUNDACIÓN ADO agradece la invaluable colaboración y alianza con el Instituto Práctico de Idiomas A.C., reconociendo su noble labor en la formación de futuros profesionistas con gran desempeño académico y genuino compromiso social con su entorno.



Así mismo, hacemos una mención especial, con profundo agradecimiento a los profesores:

- Maestro en Comercio y Logística Internacional - José Carlos Martínez Sosa
- Licenciado en Negocios Internacionales - Kevin Ramón López Santiago

Quiénes proporcionaron información valiosa para la selección del contenido del presente manual.

Finalmente, en FUNDACIÓN ADO reconocemos a Eva Raquel Ramos Barcelos por su destacado desempeño en el desarrollo de su Servicio Social, destacándolo como un trabajo único, que aporta valor como una línea estratégica en el área de Inversión Social de la Fundación. Agradecemos su enorme profesionalismo, ímpetu, responsabilidad, autogestión, compromiso, entrega y pasión; mostrados en cada una de las actividades realizadas. Raquel, gracias por demostrar que el lado humano y el rescate de las raíces culturales, va de la mano con las estrategias para mejorar la calidad de vida de las personas, pensando en sus necesidades económicas.

Atentamente,

Carmina Galicia Fuentes

CONTENIDO	
INTRODUCCIÓN	5
1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EXPORTACIÓN	5
1.1 ¿Qué es la exportación?	5
1.2 ¿Por qué exportar?	6
1.3 Errores al exportar	7
1.4 Recomendaciones para el exportador	7
2. MERCADO EUROPEO	8
2.1 Información básica de la Unión Europea	8
2.2 Tendencias sociales y culturales de la Unión Europea	11
2.3 Forma de consumo de los europeos	12
2.4 Requisitos para exportar a la Unión Europea	14
3. ESTRATEGIA EN LA TOMA DE DECISIÓN	16
3.1 Las artesanías mexicanas en la Unión Europea	16
3.2 Elección del producto	17
3.3 Determinar el mercado (País miembro de la U.E.)	19
3.4 Regulaciones arancelarias	21
3.4.1 Reglas de origen	23
3.4.2 Certificados de origen	24
3.5 Regulaciones no arancelarias	25
3.6 Clasificación arancelaria de los productos artesanales	25
4. TRÁMITES Y PROCESO DE EXPORTACIÓN	27
4.1 Documentos y trámites de exportación	28
4.2 Documentos y trámites específicos	28
4.2.1 Textil	28
4.2.2 Alebrijes	29
4.2.3 Figuras de barro negro	29
4.3 Proceso para la exportación	29
4.4 Negociación internacional	30
4.4.1 Contrato internacional	32
4.5 Pago internacional	33
FUENTES	35



INTRODUCCIÓN

México es un país con una variada diversificación de productos, lo cual, ha permitido que las relaciones con los demás países sean posibles, creando así, tratados, acuerdos, etc., para fortalecer y crecer las exportaciones e importaciones. Actualmente, México es uno de los países con más exportaciones, haciendo que sea dependiente del comercio exterior.

Las exportaciones ayudan a las personas físicas, morales, y al país a crecer y desarrollar su economía, de igual forma, a transmitir la cultura, costumbres, etc., creando una armonización y fortalecer los lazos. En la actualidad, el comercio internacional mantiene con vida a las empresas y amplía de forma adecuada la competencia.

El objetivo de este manual, orientar a los artesanos sobre el proceso de exportaciones de productos artesanales a la UE, tales como: el textil; alebrijes y figuras de barro negro, por medio de la creación de un documento que asista el procedimiento de punta a punta, el cual será entregado a los artesanos que desean expandir su mercado al extranjero. Este documento cuenta con cuatro capítulos, cada uno detallado para explicar de mejor forma los puntos abordados.

1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EXPORTACIÓN

1.1 ¿Qué es la exportación?

Actualmente existen diversas definiciones sobre qué es la exportación. Todas ellas son importantes y aportan posturas interesantes a la materia. Según Mankiw, define esta práctica como, “Bienes y servicios que se producen en nuestro país y se venden en el extranjero [...]” (2007). Otra definición ad hoc del tema es del autor Leonidou, dónde comenta que, “Es la venta de productos y servicios de forma directa o indirecta hacia mercados extranjeros utilizando las facilidades de producción de una organización en su país de origen” (2010).

Dentro de la legislación nacional existen dos tipos de exportaciones: la definitiva y temporal. En el artículo 102 de la Ley Aduanera, la primera exportación es la salida permanente de los bienes y/o servicios, mientras que, la segunda es la salida de bienes para después retornar al país de origen.

Entre los siglos XVI y XVII, varios autores hicieron mención de las ventajas al exportar. Uno de ellos fue Adam Smith (padre de la economía moderna), con su teoría de la “Ventaja Absoluta”, donde afirma que, el libre comercio es benéfico para un país, además de que, el gobierno no ejerce influencia en los movimientos comerciales entre los países, puesto que, la mano invisible determina lo que se importa o exporta. De igual forma, a finales del siglo XIX,

David Ricardo, postuló su teoría la “Ventaja Comparativa”, en esta teoría el autor sienta las bases del libre comercio sin restricciones, dando ventaja a los países de producir y comerciar sus productos en los cuales son ricos en materiales, y recibiendo productos de los cuales carece.

Asimismo, autores como Eli Heckscher y Bertil Ohlin, Adam Smith y David Ricardo, ofrecen una visión en común acerca de expandir el mercado hacia el exterior, afirmando que la economía gana si los ciudadanos adquieren productos de otros países.

1.2 ¿Por qué exportar?

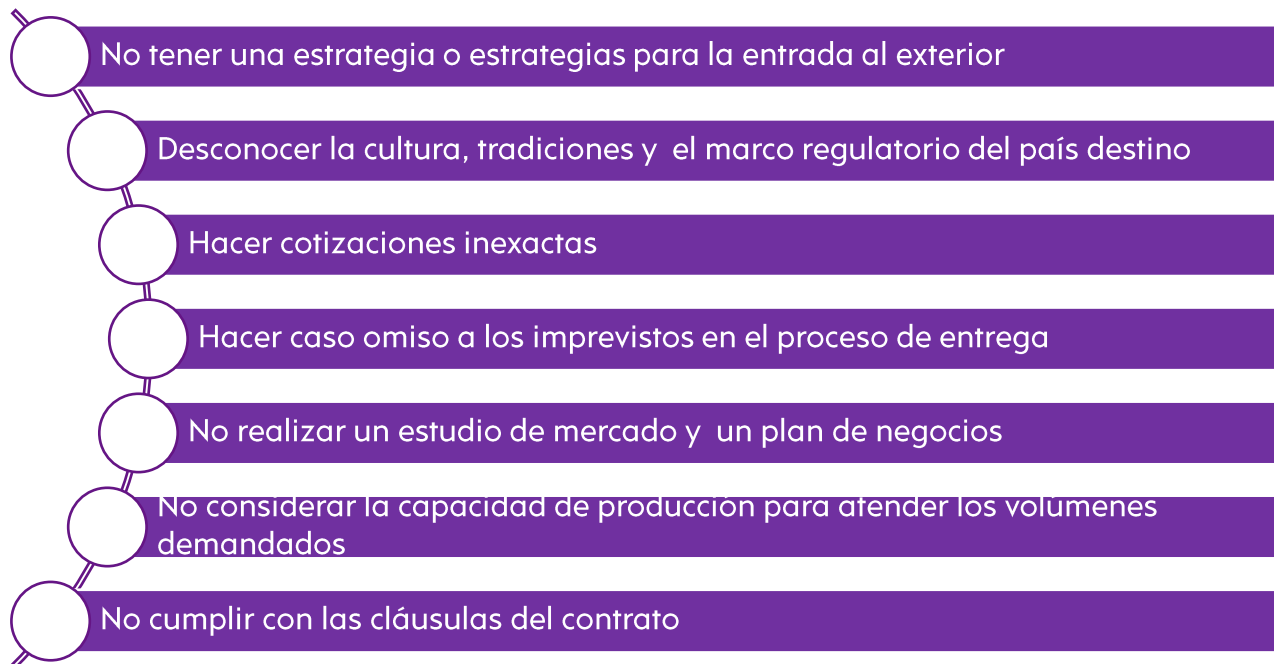
Variedad de personas físicas y morales deciden expandir su mercado hacia el exterior por dos razones clave: La competencia (nacional e internacional) y la demanda del producto. Las ventajas al exportar son varias, algunas de ellas son: Expansión cultural, crecimiento económico y generación de empleos, dónde existen los ingresos directos e indirectos.

Exportar contribuye en:



1.3 Errores al exportar

Uno de los aspectos a tomar en cuenta a la hora de exportar es conocer todo el proceso de la compra-venta internacional. Al no contemplar las amenazas y riesgos, las personas físicas y morales pueden terminar cayendo en los siguientes errores:



1.4 Recomendaciones para el exportador

En esta pequeña lista, se muestran recomendaciones que puede seguir la empresa, para que el proceso de punta a punta pueda resultar en éxito.



2. MERCADO EUROPEO

2.1 Información básica de la Unión Europea

La Unión Europea (UE) es una entidad geopolítica que cubre gran parte del continente europeo. Es una asociación económica formada por 27 países. El 1 de noviembre de 1993 la Comunidad Económica Europea pasa a ser la Unión Europea. La política comercial que maneja la UE se está abriendo a una óptima; es decir, actualmente está abriendo más su mercado, permitiendo mayores importaciones y exportaciones. Cabe aclarar, que muchos de sus países miembros cuentan con su propia política comercial, por tanto, es importante conocer cuál maneja el país a entrar.

Existen tres políticas comerciales:

- Proteccionista: restricciones, limitaciones o aranceles a los bienes o servicios provenientes del extranjero;
- Aperturista: tendencia hacia la economía abierta en la dimensión interna e internacional;
- Óptima: libre comercio.

La moneda oficial de la Unión Europea es el euro (€), denominada oficialmente como zona del euro, pero hay países que utilizan su propia moneda, pero que se están comprometiendo en tener los requisitos necesarios para adoptar el euro como su moneda. En Europa, las más utilizadas son:

- Libra esterlina;
- Franco suizo;
- Corona sueca y demás modalidades.

Objetivos y valores de la U.E

Objetivos:

- Promover la paz, sus valores y el bienestar de sus ciudadanos;
- Ofrecer libertad, seguridad y justicia sin fronteras interiores;
- Favorecer un desarrollo sostenible basado en un crecimiento económico equilibrado y en la estabilidad de los precios, una economía de mercado altamente competitiva con pleno empleo y progreso social, y la protección del medio ambiente;
- Combatir la exclusión social y la discriminación;
- Promover el progreso científico y tecnológico;
- Reforzar la cohesión económica, social y territorial y la solidaridad entre los Estados miembros;

- Respetar la riqueza de su diversidad cultural y lingüística;
- Establecer una unión económica y monetaria con el euro como moneda.

Valores:

- Inclusión;
- Tolerancia;
- Justicia;
- Solidaridad;
- Dignidad humana;
- Libertad;
- Democracia representativa;
- Igualdad;
- Estado de derecho;
- Derechos humanos.

Países miembros de la U.E:

País	Capital	Moneda	Lengua oficial
Alemania (Actualmente, es el país con más apertura económica de la U.E)	Berlín	euro (€)	alemán
Austria	Viena	euro (€)	alemán
Bélgica	Bruselas	euro (€)	alemán, francés y neerlandés
Bulgaria	Sofía	lev búlgaro (BGN)	Búlgaro
Chipre	Nicosia	euro (€)	Griego
Croacia	Zagreb	kuna (HRK)	croata
Dinamarca	Copenhague	corona danesa (dkk)	danés
Eslovaquia	Bratislava	euro (€)	eslovaco

Eslovenia	Liubliana	euro (€)	esloveno
España	Madrid	euro (€)	español
Estonia	Tallin	euro (€)	estonio
Finlandia	Helsinki	euro (€)	finés y sueco
Francia	París	euro (€)	francés
Grecia	Atenas	euro (€)	griego
Hungría	Budapest	forinto (HUF)	húngaro
Irlanda	Dublín	euro (€)	irlandés e inglés
Italia	Roma	euro (€)	italiano
Letonia	Riga	euro (€)	letón
Lituania	Vilna	euro (€)	lituano
Luxemburgo	Luxemburgo	euro (€)	francés y alemán
Malta	La Valeta	euro (€)	maltés e inglés
Países Bajos	Ámsterdam	euro (€)	neerlandés
Polonia	Varsovia	esloti	polaco
Portugal	Lisboa	euro (€)	portugués
Chequia	Praga	corona checa	checo
Rumanía	Bucarest	leu (RON)	rumano
Suecia	Estocolmo	corona	sueco

Actualmente, con la entrada del Brexit, Reino Unido no pertenece a la Unión Europea.

La UE, se rige por un sistema interno en régimen de democracia representativa. Sus instituciones son siete:

- El Parlamento Europeo;
- El Consejo Europeo;
- El Consejo de la Unión Europea;
- La Comisión Europea, o Colegio de Comisarios;



- El Tribunal de Justicia de la Unión Europea;
- El Tribunal de Cuentas;
- El Banco Central Europeo.

2.2 Tendencias sociales y culturales de la Unión Europea

La mayoría de las políticas con las que cuenta la UE, tienen una vertiente cultural, ejemplo de ellas son: de educación; de investigación, política social, desarrollo regional y relaciones exteriores. Esto, con el objetivo de conservar el patrimonio cultural común de Europa. El Año Europeo del Patrimonio Cultural es una iniciativa donde se intenta que la cultura sea accesible para todos.

En materia de cultura, la UE, impulsa la colaboración entre políticas con las administraciones nacionales y las organizaciones internacionales. De igual forma, a través de Europa Creativa, la UE apoya el cine, las artes y las industrias creativas europeas para generar empleos y, para expandir el mercado y audiencia internacional.

Áreas prioritarias de política cultural en la UE

- Patrimonio cultural;
- Deportes;
- Sello de patrimonio europeo;
- Cultura digital.

Forma de ser de los europeos

En abril de 2013, el Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública de la Fundación BBVA publicó el estudio “Values and Worldviews”. Fue un estudio donde se evaluaron a 15,000 personas, a las cuales se examina sus actitudes, percepciones y valores. Los países participantes fueron: Alemania; Dinamarca, España, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Chequia y Suecia. Los puntos que sobresalen son:

- Interés de las noticias de proximidad;
- Vínculo con los asuntos públicos a través de la información sobre los mismos;
- Asociacionismo;
- Temáticas de interés (medio ambiente, derechos humanos, etc.);
- Participación ciudadana;
- Participación y nivel de estudios;
- Política;
- Cercanía con los partidos;
- Democracia;
- Confianza;
- Seguridad social;

- Capitalismo;
- Culpa de la crisis;
- Autoridad en la UE.

No se puede dar una específica referencia sobre la forma de ser del europeo, porque esto dependerá del país, región de la que pertenezca la persona. Al querer ingresar al país destino es imprescindible investigar la cultura, ideologías, etc., pero es cierto que, pueden compartir características, como las mencionadas anteriormente.

Antonio Sanz, en 2019, publica un artículo en Directivos y empresas, donde menciona las tendencias que determinarán el consumo en Europa los próximos años.

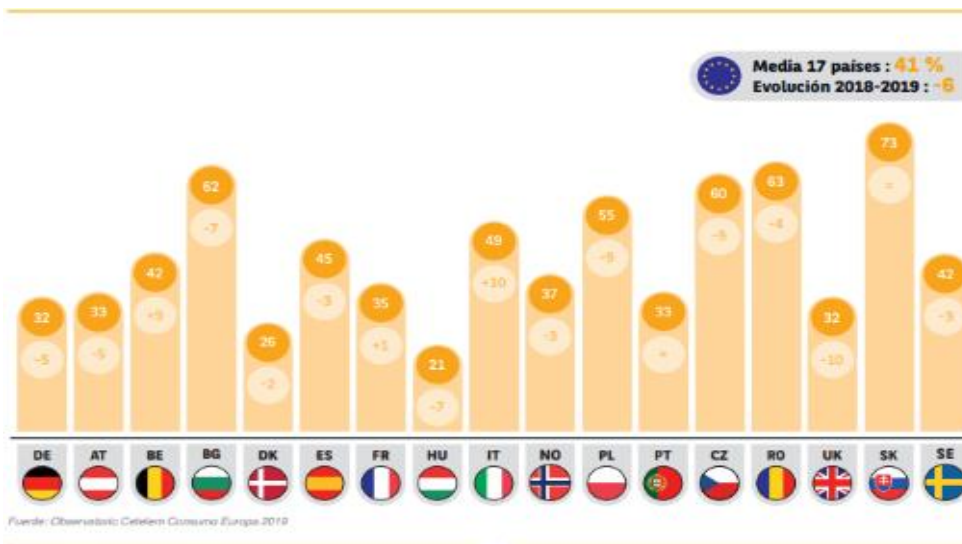
- “Hacerles sentir”, las nuevas generaciones buscan experiencias a través de lo que consumen, a esto se le está llamando como “economía de los sentimientos”.
- El fin de “la talla única sirve para todos”, los millenials y la generación Z, están en busca de productos distintivos, originales, tradicionales en vez de productos que son masivos.
- Generación Instagram, se refiere a que las generaciones nuevas se ven más atraídas por las compras online y más adquiriendo los productos desde las redes sociales.
- El auge del consumidor comprometido, esto es, la exigencia de transparencia en la búsqueda de productos ecológicos.
- Mantenerse en forma, los jóvenes europeos conocen la importancia de mantener una dieta saludable. Europa tiene el mercado de fitness más grande del mundo. La revista The Economist nombró a 2019 como el «Año de los veganos», reconociendo que la tendencia hacia una alimentación saludable ha llegado para quedarse.

2.3 Forma de consumo de los europeos

En el artículo “El consumidor local en Europa” del Observatorio Cetelem, menciona que, existen demasiados factores que influyen en la forma de consumir de los europeos. El entorno económico se sitúa en el 6.1% en 2019, frente al 5.8% del año anterior a éste. Se realizó una encuesta por parte del Observatorio Cetelem Consumo Europa 2019, donde en 17 países europeos, pone que la percepción sigue siendo positiva.

Los países del Norte de Europa, son considerados por muchos como países desarrollados, como: Dinamarca, Noruega y Suecia. Los mayores incrementos para el 2019 se dieron en Dinamarca e Italia. Según datos del Observatorio Cetelem Consumo Europa 2019, los países que están en aumento de consumo son: Eslovaquia; Rumanía, Bulgaria y Chequia. En la siguiente gráfica se muestran las estadísticas de los países en aumento con sus gatos durante el 2018-2019.

de agosto



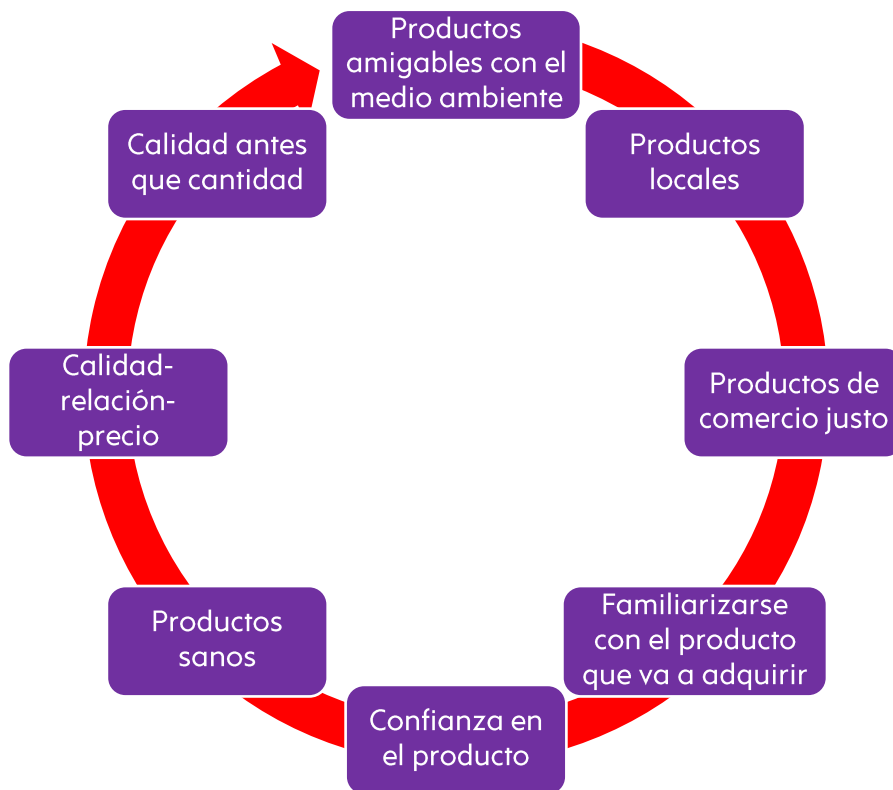
Consultado el 20
de 2021.
Recuperado de

<https://elobservatoriocetelem.es/consumo-local-en-europa>.

Muchos de los países europeos, prefieren el consumo local, varias razones son a los que orillan a tomar esta decisión, pues, relaciona lo local con la economía verde o social, también con la proporción del precio. Los europeos tienen una conciencia más amplia sobre el consumo responsable, así que, en el momento de adquirir un producto, se guiarán con la sostenibilidad de éste. Datos del mismo reporte, menciona que, el 42% de los europeos ven el consumo local como una buena forma de cuidar el medio ambiente. Otra tendencia que está en auge es el consumo de productos y alimentos fabricados o producidos cerca de su hogar. Lo más importante para ellos es consumir responsablemente.

Pero esto no quiere decir que el comercio exterior esté de lado, pues, para la UE, es uno de los factores más importantes para crecer económicamente. La UE, está comprometida con la apertura del comercio mundial. De hecho, entre 1999 y 2010, el comercio exterior de ésta, se duplicó, representando actualmente más del 30% de su producto interno bruto (PIB), según datos de la propia Unión Europea. Otro punto a destacar es que, ésta tiene más peso en las negociaciones comerciales del que tendría cada uno de sus miembros por sí solos.

Características de forma de consumo



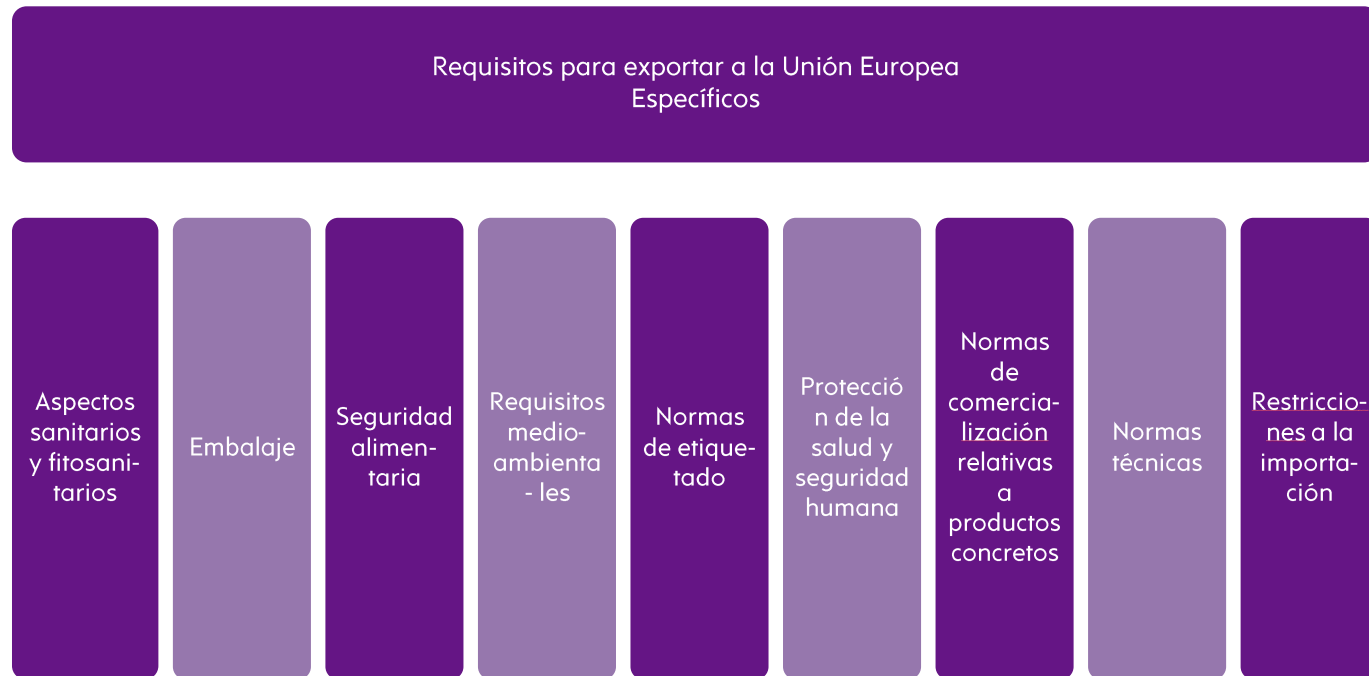
De igual forma, es necesario investigar la forma de consumo del país destino, ya que, varía dependiendo de la región, cultura, economía, etc.

2.4 Requisitos para exportar a la Unión Europea

Requisitos generales:

- Sistema de clasificación de productos de la UE.
- Seguro de transporte de mercancías
- Procedimientos de importación de la UE
- Factura comercial
- Unión Aduanera de la UE
- Declaraciones en aduana
- IVA
- Impuestos especiales
- Registro como operador económico

Requisitos específicos:¹



También, existe una página donde arroja los datos necesarios que necesitas cubrir con respecto al producto, la cual se llama European Commission, se puede buscar igual como: Access2 Markets to Trade Helpdesk (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>).

Ejemplo:

Nombre del producto o código del SA	País de origen	País de destino	
<input type="text" value="textiles"/>	<input type="text" value="México"/>	<input type="text" value="Italia"/>	<input type="button" value="Buscar >"/>

En la parte de "Nombre del producto o código del SA", este código se aplica en todo el mundo como base para la clasificación nacional de cada país. Por lo tanto, si se quiere poner el código es necesario conocer cual aplica para el producto que se va a exportar en específico.

Armonización en los 27 Estados miembros.

¹ Nota: La información sobre los requisitos generales y específicos, se pueden encontrar más detallados en Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México (TLCUEM) y en páginas oficiales del gobierno mexicano y de la U.E.



También es importante conocer los aranceles de importación en el momento de la compra-venta internacional.

- Arancel general, el cual es aplicado a productos de terceros países (erga omnes);
- Arancel preferencial, aplicable a un país determinado en función de un Acuerdo Común o régimen preferencial en vigor;
- Derecho temporal antidumping, según decisiones recientes.

3. ESTRATEGIA EN LA TOMA DE DECISIÓN

3.1 Las artesanías mexicanas en la Unión Europea

La ventaja sobre los acuerdos comerciales es que abren paso al crecimiento de las empresas mexicanas, haciendo que el producto tenga una fuerte presencia y diversificando el mercado. México, es un país dependiente del comercio internacional, pues, cuenta con 12 Tratados de Libre Comercio firmados con 46 países, 32 Acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones con 33 países, 9 Acuerdos de Alcance Limitado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y es miembro del Tratado de Asociación Transpacífico.

El acuerdo existente entre México y la UE, es un marco idóneo para que sea considerado a este continente como uno de los mayores exponentes en el comercio. La diversificación que existe en la UE es enorme, permitiendo que la aceptación de los productos extranjeros sea más fácil. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), México está ubicado en el lugar 13 de importación y en el 12 de exportación a nivel mundial. La UE es el segundo socio comercial de México, según datos de ProMéxico.

Las artesanías a nivel nacional son apreciadas por la cultura e historia que hay detrás de ellas. Lamentablemente, la competencia existente es desleal; los productos piratas, sustitutos, el regateo y los negocios informales son parte de la problemática que hay dentro del sector artesanal. Pero, al comercializar en el extranjero, la situación cambia, puesto que, el trabajo artesanal es reconocido y valorado, pagando así, el precio justo o precios más elevados por las piezas.

La demanda que tienen estos productos en el extranjero es alta, ejemplo de esto es el programa creado y firmado con Amazon en 2019, para que los artesanos y otras pequeñas y medianas empresas puedan ofrecer sus productos en la sección “Handmade” (Hecho a mano), que se encuentra en su plataforma, ventaja de esto es que, el vendedor no tendrá que pagar la tarifa de “Vendedor Profesional”. Según datos de Vervena, los artículos que tienen más participación en el mercado internacional, son los que están elaborados a base de plata, ónix, barro, madera, cerámica y telas hechas a mano.

Datos de ProMéxico muestran que los principales destinos de exportación de las artesanías mexicanas son Australia, Alemania, Canadá, Colombia, España, Estados Unidos e Italia. En 2017, la directora general del Instituto Oaxaqueño de las Artesanías (IOA), Gabriela Solano Pino, mencionó que se han abierto mercados en la Unión Europea, principalmente en Francia e Italia, para promover el comercio de mercancías artesanales.

En 2016, el presidente de la Federación Latinoamericana para el Fomento del Folklore y la Artesanía, Carlos Maytorena Martínez, mencionó que, los productos artesanales mexicanos se están colocando en países europeos. El reconocimiento va en auge, pues, los productos de barro, pastillaje, artículos de fibras naturales y sombreros están teniendo un repunte importante.

Datos de TIBA México, los países con mayor demanda de artesanías mexicanas son: España, Canadá, USA, Colombia, Alemania, Italia y Australia, y los productos más solicitados son: cerámica y alfarería. Uno de los pilares de la UE es la industria manufacturera, por ende, la Unión Europea es el principal mercado a nivel internacional para las prendas de vestir. La Unión Europea es un mercado con gran diversificación, haciendo que sea óptimo para las importaciones y exportaciones.

3.2 Elección del producto

Antes de ingresar un producto a un país extranjero, es necesario tener una estrategia, crear un estudio de mercado y un plan de negocios. Estos puntos son importantes, para conocer el mercado, las tendencias y, sobre todo, cómo funciona el producto en dicha región. No solamente es lanzar el producto, sino, conocer el entorno antes de. A continuación, se muestran dos tablas de los productos artesanales seleccionados en este manual y los países con más tendencias en importación artesanal mexicana y global.

Tabla 1. Tendencias en importación artesanal mexicana **País líder en tendencia al 2028 en:**

<i>Tratado</i>	Rama artesanal	Importación de variedad artesanal mexicana	Importación de variedad artesanal global	Principal intención de compra online	Estado líder en compra online	Importación de variedad artesanal mexicana	Importación de variedad artesanal global
<i>TLCUEM</i>	Alfarería y cerámica	Decreciente	Creciente	Loseta Talavera	Jalisco, Puebla y Tlaxcala	Alemania	Reino Unido
	Madera	Decreciente	Creciente	-	Oaxaca	Alemania	Alemania
	Textiles	Decreciente	Creciente	Bordados	Oaxaca y Chiapas	Alemania Italia	Reino Unido Italia

						España	España
	Alebríjes	-	Creciente	Alebríjes	Oaxaca	Polonia Francia España Alemania	Polonia Francia España Alemania
	Barro negro	-	Creciente	Figuras de barro negro	Oaxaca	España	España

Datos de 2019

Tendencia agregada al 2028 en:

Fuente: Elaboración de Arellano, B. y Bocanegra, C. con información de la OEC (de 1995 a 2018), el SIC México (2020) y Google (enero 2004 a noviembre 2020) con datos agregados propios.

Tabla 2. Intención de compra online de artesanías mexicanas

<i>País</i>	Regiones y estados que buscan el tema de las artesanías mexicanas	Ciudades que más buscan el tema de artesanía de arte y folclore mexicano	Productos de interés	Ramas artesanales de interés
<i>Inglaterra</i>	Irlanda del norte Gales Escocia Inglaterra	Aldershot Londres	Loseta y alfarería mexicana Talavera Alebríjes Piñatas Bordados mexicanos	Alfarería y cerámica Cartonería y papel Textiles
<i>España</i>	Navarra Canarias Islas Baleares País Vasco Cantabria	Valencia Barcelona Sevilla Madrid	Talavera Alebríjes Piñatas Bordados y ropa mexicana	Cartonería y papel alfarería y cerámica Textiles
<i>Alemania</i>	Hesse Baden-Wurtemberg Renania del NorteWestfalia Baviera Renania-Palatinado	Fráncfort	Talavera Piñatas Alebríjes	Alfarería y cerámica Cartonería y papel



Fuente: Elaboración de Arellano, B. y Bocanegra, C. con información de Google Ads y Google Trends (2020).

Con esta información se puede suponer que mercado es el más indicado para exportar uno de los productos mencionados. De igual forma, es importante hacer una investigación profunda del país destino, pues, las tendencias tienden a cambiar. También, hay que tener en cuenta estos cinco puntos para elegir un producto.

- Volumen solicitado vs capacidad de producción: Conocer si la capacidad de producción puede satisfacer adecuadamente el volumen solicitado del cliente.
- Calidad: Cumplir con los estándares básicos de calidad y con lo prometido al cliente, ejemplo: no engañar al cliente sobre la textura, color, etc., del producto solicitado.
- Precio competitivo y utilidad: Conocer los precios que se están manejando en el mercado que se desea penetrar y realizar un análisis para obtener el adecuado precio para los consumidores. Con la utilidad del producto, es saber si la diferencia de restar al precio de venta todos los costos y gastos que nos originó obtener o producir dicho producto es positiva.
- Garantía de entrega: Tiempo de entrega prometida y establecida en el contrato.
- Servicio post-venta: Procesos que se realizan después de una compra. Esto, para garantizar una buena experiencia al comprador, ejemplo de estos servicios serían: la opinión del comprador, encuestas, descuentos, etc.

3.3 Determinar el mercado (País miembro de la UE)

El segundo paso después de seleccionar el producto es determinar el mercado, en este caso, un país miembro de la UE., para esto, es importante realizar un análisis detallado del mercado. Datos que pueden ser de ayuda para la selección es investigar a los países que ofrecen ventajas arancelarias, y después a, los mercados naturales geográficamente para minimizar los costos de transporte.

En el sitio Export Potential Map, se puede conocer más acerca del mercado, analizar el potencial de exportación, las gráficas de brechas y el mapa general, para obtener los datos necesarios para la toma de decisiones. En la imagen siguiente se muestra un ejemplo del mapa en cuanto a los textiles, tomando en cuenta Europa del Este y Asia Central, U.E. y Europa Occidental.

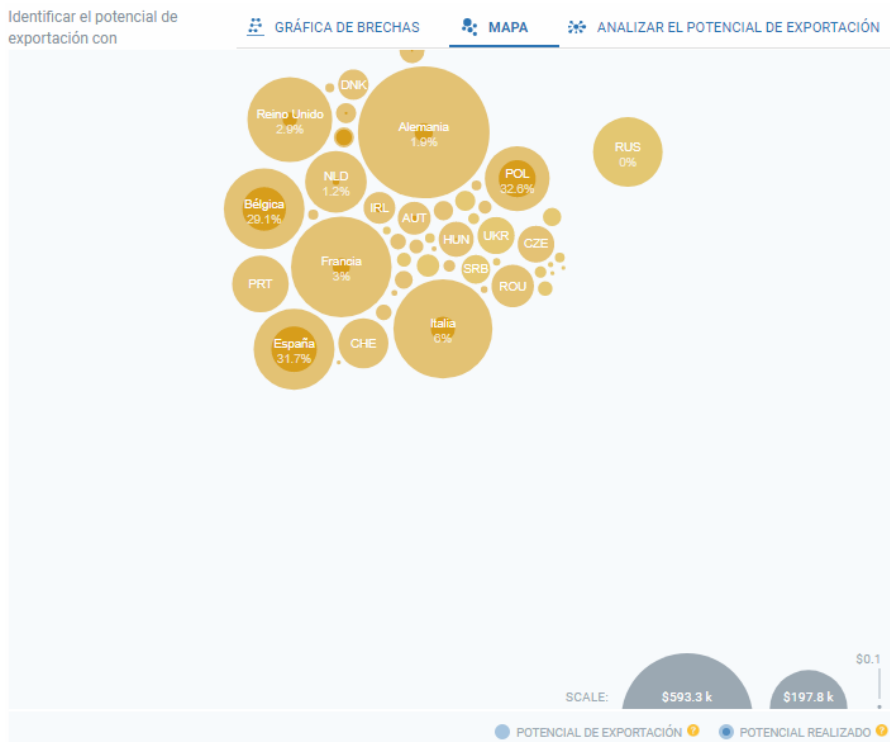


Fig. 1 Export Potential Map, ITC Export Potential Map



Después de haber seleccionado el mercado, la etapa siguiente a ésta es la investigación de

mercado. Esta investigación es crucial para entender el comportamiento del mercado, por ende, se deben abarcar las siguientes condiciones:



- Económicas: Conocer los ingresos, el PIB, la moneda del país destino y si su economía se encuentra en crecimiento o en recesión.
- Políticas: Comportamiento del país, su gobierno, la toma de decisiones, conocer la relación que tiene con México, sus conflictos internos y externos, etc.
- Técnico-legales: Restricciones ambientales hay en el país destino, requisitos técnicos para introducir y comercializar el producto, requisitos fitosanitarios, y conocer los productos prohibidos que se desean exportar.
- Socio-culturales: Conocer si el producto se puede adaptar a las necesidades, cultura, gustos del público objetivo y, conocer la percepción que tienen de México.
- De mercado: Conocer la demanda del producto en el país destino, la facilidad de competencia y conocer los costos de la logística.

3.4 Regulaciones arancelarias

La Secretaría de Economía (SE), menciona que un arancel es, “El arancel es un impuesto que se aplica a la importación o exportación de mercancías; de conformidad con el artículo 12 de la Ley de Comercio Exterior de México” (2020). Existen tres tipos de aranceles que se pueden aplicar, los cuales son:

- Ad Valorem: Términos de porcentaje y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía. Por ejemplo, un arancel del 5%, significa que el arancel de importación es del 5% sobre el valor monetario de la mercancía.
- Específico: Términos monetarios por unidad de medida. Este arancel se establece por el número de unidades que llegan a un país y no por el valor monetario de las mercancías, por ejemplo, 1000 pesos por tonelada de “x” producto.
- Mixto: Combinación de los anteriores. Este arancel es el más proteccionista

Al momento de integrar un producto en el comercio, debe seguir ciertas reglas, en este caso, con las regulaciones arancelarias. Las mercancías se clasifican conforme al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), que es administrado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

La SE, menciona que la nomenclatura SA, se refiere a, “El SA es una nomenclatura común ordenada de manera sistemática en la que a cada mercancía se le identifica a través de un código numérico general que significa lo mismo en todos los países que forman parte de la OMA. No hay que perder de vista que el SA recibe adecuaciones y actualizaciones cada cinco años, dando como resultado la existencia de diferentes versiones del mismo” (p. ej. SA 2012, SA 2017, etc.). Esta nomenclatura cuenta con seis dígitos.

Con este sistema, las mercancías se codifican de forma idéntica hasta un nivel de seis dígitos. Pero, a partir de los seis dígitos cada país determina sus propias clasificaciones con base a la versión del SA que tengan vigente y a sus criterios de monitoreo y estadística. A este conjunto de dígitos se le conoce como fracción arancelaria y en el caso de México comprende ocho dígitos. Todas las mercancías, sin excepción alguna, deben clasificarse previamente a su paso por las aduanas.

Ejemplo de la clasificación arancelaria para el textil: 59119003

Fuente: Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

Sección:	XI	Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo:	59	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil
Partida:	5911	Productos y artículos textiles para usos técnicos mencionados en la Nota 7 de este Capítulo.
SubPartida:	591190	- Los demás.
Fracción:	59119003	Juntas, arandelas, membranas, discos, manguitos o artículos análogos para usos técnicos.

Para
identifi
car la
fracció
n
arance

Para el producto, se puede utilizar la página Ventanilla única de comercio exterior mexicano, también, contactar a un agente aduanal o utilizar las herramientas de la SE.

De igual forma, según la SE, los países pueden integrar diversos tratamientos arancelarios en función del país de origen de la mercancía, su pertenencia a la OMC y los tratados de libre comercio que estén vigentes (2020).

- Arancel general aplicable a todos los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC).
- Arancel aplicable a mercancías originarias de países con trato preferencial, resultado de un tratado o acuerdo internacional.
- Aranceles a las mercancías de países a los que se les ha impuesto una sanción.

3.4.1 Reglas de origen

Estas reglas son un conjunto de disposiciones técnicas, las cuales determinan el origen de creación de dicho producto. El objetivo de estas reglas es establecer si el mismo puede recibir un trato arancelario preferencial diferente



a aquel que reciben otros productos de distintos países de procedencia que no forman parte del TLCUEM. Las principales formas de calificar el origen, según la SE son (Secretaría de Economía, 2020):

- **Totalmente obtenido:** Consisten en bienes que han sido totalmente elaborados en el territorio de los países miembro de un acuerdo. Por ejemplo, mercancías que se obtienen directamente de la naturaleza, minerales extraídos, productos agropecuarios.
- **Producidos exclusivamente de materiales originarios:** Mercancías elaboradas íntegramente en el territorio de los países miembro cuando en su elaboración se utilizan, única y exclusivamente, materiales originarios de una o más partes miembros del acuerdo.
- **Transformación sustancial cuando se utilizan materiales no originarios:** Lo constituyen productos elaborados total o parcialmente con materiales de países fuera del acuerdo, los cuales para cumplir el carácter de “originario” deben cumplir con las reglas de origen que le establece el acuerdo comercial.
- **Cambio o Salto arancelario:** determinar el cambio de clasificación arancelaria que deben sufrir los materiales no originarios que se utilicen en la producción de una mercancía.
- **Valor de contenido regional (VCR):** Define el origen de un producto por medio del valor de sus insumos, y a través del valor de los costos de producción de una mercancía. El acuerdo define los porcentajes de VCR, así como las fórmulas para determinar el mismo.
- **Requisitos de procesos:** Se definen procesos productivos específicos que deben llevar a cabo en los países miembro del acuerdo.

Los acuerdos comerciales pueden incorporar disposiciones que ayudan en el cumplimiento de las reglas de origen.

- **De minimis:** Es una facilidad que permite que, en aquellos casos en que los materiales no originarios no cumplan con el cambio o salto arancelario exigido por la regla de origen de un bien, bajo determinadas condiciones, el producto final sea originario. El porcentaje límite varía entre un 10% y un 15% del valor.
- **Acumulación:** Disposición que permite que materiales importados originarios de otro país miembro del acuerdo comercial sean considerados como originarios.

3.4.2 Certificados de origen

Documento que se utiliza para obtener un trato preferencial conforme a los tratados internacionales de los que México forme parte. Para exportar la mercancía se debe expedir, solicitar y/o tramitar el certificado de origen que



califique dichas mercancías como originarias de México utilizando las especificaciones en los términos de cada tratado.

El Certificado de origen lo emiten las Cámaras de Comercio y tiene una vigencia indefinida. Para obtener el Certificado de Origen es necesario presentar una solicitud que debe ser dirigida a la Cámara de Comercio de acuerdo al producto.

La certificación de origen se puede dar a través de las siguientes modalidades:

- **Certificado de origen:** Documento especialmente emitido para que certifica que una mercancía es originaria de un país miembro de un acuerdo comercial.
- **Certificación de origen basada en elementos mínimos de información:** Se permite emitir la certificación de origen en la factura u otro documento comercial, siempre que se incluyan un conjunto de datos mínimos en dicho documento.
- **Exportador autorizado:** Los operadores comerciales pueden emitir sus declaraciones de origen mediante las cuales certifican que sus productos son originarios.

Otros certificados de origen

- **De artículos mexicanos:** Este documento comprueba que las mercancías son fabricadas en México, pero no se utiliza para obtener reducciones en el pago de impuestos de importación en los países de destino de sus exportaciones.

Reglas de origen específicas en el TLCUEM

Quienes importen mercancías a territorio nacional originarias de un país miembro del Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) y pretendan aplicar preferencias arancelarias, deberán anexar al pedimento de importación el documento con el cual se demuestre el origen de las mercancías.

Igual, agregar la determinación de origen de los productos, los cuales son:

- Bienes totalmente obtenidos.
- Cambio de clasificación arancelaria con base al sistema armonizado.
- Valor de contenido regional.
- Participación minoritaria de materias no originarias en el total del producto, es decir un uso minoritario que sea menor al 50% de materia prima no originaria utilizada en el producto terminado. Dentro de este punto, se encuentran las disposiciones complementarias. Éstas son:

Disposiciones complementarias para la determinación de origen, como es el caso de:
<ul style="list-style-type: none"> ● Acumulación: cuando las materias primas no resulten suficientemente transformadas en una de las partes, deberán ser consideradas como no originarias. El TLCUEM no permite acumular el valor agregado que se aplica a las materias no originarias cuando se exporte a la otra parte para una transformación.
<ul style="list-style-type: none"> ● Principio de minimis: Los materiales no originarios no debería utilizarse en la fabricación de un producto, a no ser que su valor no supere el 10% del precio de fábrica del producto.

Fuente: Reglas de origen en el TLCUEM de Villegas, E. (2013).

3.5 Regulaciones no arancelarias

Las regulaciones no arancelarias son medidas de los gobiernos para controlar el flujo de mercancía que pudiesen incidir negativamente en aspectos primordiales del país, como seguridad, protección ecológica, salud humana, animal y vegetal. Las regulaciones no arancelarias se dividen en dos clases: las cuantitativas y las cualitativas.

- **Regulaciones no arancelarias cuantitativas:** Se aplican a cantidades de productos que se permiten importar a un país, o a establecer contribuciones cuantificables a los que se sujetan esas mercancías distintas del arancel (Permisos de exportación e importación, cupos, medidas contra prácticas desleales de comercio internacional: discriminación de precios [dumping] y subvención).
- **Regulaciones no arancelarias cualitativas:** Se aplican al producto en sí mismo y/o sus accesorios (envase, embalaje, entre otros), sin importar la cantidad; se aplican a todos los productos que se deseen introducir a un país y no solo a una cierta cantidad de ellos (Regulaciones de etiquetado, regulaciones de envase y embalaje, marcado de país de origen, regulaciones sanitarias, normas técnicas y normas de calidad).

3.6 Clasificación arancelaria de los productos artesanales

El objetivo de la clasificación arancelaria es identificar las mercancías que se importan y exportan para fijar impuestos, obligaciones y derechos. En México la clasificación arancelaria (codificación numérica) consta de 8 dígitos, a la cual se le conoce como fracción arancelaria.

Esta clasificación se acompaña de las notas explicativas del Sistema Armonizado y de notas nacionales, las cuales son creadas en apoyo a la interpretación de las notas explicativas. A continuación, se muestran ejemplos de las clasificaciones arancelarias de los productos seleccionados.

Textiles

Ejemplo

▼ (11) Sección: XI Materias textiles y sus manufacturas

▶ 50 Seda

▶ 51 Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin

▼ 52 Algodón

▶ 5201 Algodón sin cardar ni peinar.

▶ 5202 Desperdicios de algodón (incluidos los desperdicios de hilados y las hilachas).

▶ 5203 Algodón cardado o peinado.

▶ 5204 Hilo de coser de algodón, incluso acondicionado para la venta al por menor.

▶ 5205 Hilados de algodón (excepto el hilo de coser) con un contenido de algodón superior o igual al 85% en peso, sin acondicionar para la venta al por menor.

▶ 5206 Hilados de algodón (excepto el hilo de coser) con un contenido de algodón inferior al 85% en peso, sin acondicionar para la venta al por menor.

▶ 5207 Hilados de algodón (excepto el hilo de coser) acondicionados para la venta al por menor.

▶ 5208 Tejidos de algodón con un contenido de algodón superior o igual al 85% en peso, de peso inferior o igual a 200 g/m².

▶ 5209 Tejidos de algodón con un contenido de algodón superior o igual al 85% en peso, de peso superior a 200 g/m².

▶ 5210 Tejidos de algodón con un contenido de algodón inferior al 85% en peso, mezclado exclusiva o principalmente con fibras sintéticas o artificiales, de peso inferior o igual a 200 g/m².

▶ 5211 Tejidos de algodón con un contenido de algodón inferior al 85% en peso, mezclado exclusiva o principalmente con fibras sintéticas o artificiales, de peso superior a 200 g/m².

▼ 5212 Los demás tejidos de algodón.

▶ - De peso inferior o igual a 200 g/m²: 521211 -- Crudos.

▶ - De peso inferior o igual a 200 g/m²: 521212 -- Blanqueados.

▶ - De peso inferior o igual a 200 g/m²: 521213 -- Teñidos.

▶ - De peso inferior o igual a 200 g/m²: 521214 -- Con hilados de distintos colores.

Fuente: Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

Fracción	Descripción	UM	IGI	IGE
▼ - De peso inferior o igual a 200 g/m ² : 521214 -- Con hilados de distintos colores.				
<u>52121401</u>	Con hilados de distintos colores.	M ²	10%*	Ex.

Fuente: Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

La cuál sería: 52121401

Alebríjes

Ejemplo

▼ 4421 Las demás manufacturas de madera.

▶ 442110 - Perchas para prendas de vestir.

▼ 442190 - Las demás.

<u>44219001</u>	Para fósforos; clavos para calzado.	Kg	5	Ex.
<u>44219002</u>	Tapones.	Kg	10	Ex.
<u>44219003</u>	Adoquines.	Kg	15	Ex.
<u>44219004</u>	Canillas, carretes y bobinas para la hilatura y el tejido, para hilo de coser y artículos similares de madera torneada.	Kg	5	Ex.
<u>44219099</u>	Los demás.	Kg	15	Ex.

Fuente: Tarifa

de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

La cuál sería: 44219099

Figuras de barro negro

Ejemplo

Sección:	XIII	Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio
Capítulo:	69	Productos cerámicos
Partida:	6912	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.
SubPartida:	691200	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.
Fracción:	69120099	Los demás.

Fuente: Tarifa

de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

La cuál sería: 69120099

4. TRÁMITES Y PROCESO DE EXPORTACIÓN

Para poder exportar es necesario que la mercancía cumpla con los documentos necesarios para poder ingresar al país al que se exportar.

4.1 Documentos y trámites de exportación

A continuación, se muestran los requisitos y documentos que deben contar los exportadores, así como los actores que intervienen en algunas de las fases del proceso de exportación.

● Registro Federal de Contribuyentes (RFC).
● Padrón de exportadores.
● Propiedad intelectual.
● Registro en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) ante la cámara correspondiente.
● Autorización de uso de la marca "Hecho en México".
● Carta Porte o Documento del transporte.
● Certificado de origen.
● Pedimento: Comprueba la estancia legal de las mercancías que se importaron
● Factura comercial.
● Carta de instrucciones al agente aduanal.
● Encargo conferido: Documento que se entrega a la Administración General de Aduanas que comprueba el encargo conferido al o a los agentes aduanales para realizar sus operaciones, y señala que se le da una copia al agente aduanal.
● Lista de empaque o Packing List.
● Documentos para regulaciones y restricciones arancelarias.
● Factura proforma: Documento para informar los datos que contendrá el Comprobante Fiscal Digital (CFDI).
● Documentos y formularios requeridos por el país.
● Formas y formularios de hacienda.

Fuente: Principales documentos para exportar de Ortiz, A. (2020).

4.2 Documentos y trámites específicos

Documentos necesarios para exportar los documentos seleccionados

4.2.1 Textil

● Factura o factura proforma que ampare la venta (original y copia). El original será devuelto al momento de la entrega de la resolución del trámite.
● Guía de embarque: Documento que contiene los detalles y las instrucciones que relacionan al flete de un envío de bienes.
● Certificado de Origen.
● Cumplir con los lineamientos de etiquetado en la NOM-004-SCFI-2020.

4.2.2 Alebrijes

● Factura o factura proforma que ampare la venta (original y copia). El original será devuelto al momento de la entrega de la resolución del trámite.
● Guía de embarque.
● Certificado de Origen.

4.2.3 Figuras de barro negro

<ul style="list-style-type: none"> ● Factura o factura proforma que ampare la venta (original y copia). El original será devuelto al momento de la entrega de la resolución del trámite.
<ul style="list-style-type: none"> ● Guía de embarque.
<ul style="list-style-type: none"> ● Certificado de Origen.

4.3 Proceso para la exportación

Una vez que ya ha vendido el producto, hay que concretar la exportación en las siguientes etapas:

1. Preparar el embarque:
1.1.1. Tramitar una factura al cliente.
1.1.2. Preparar la mercancía considerando el embalaje.
1.1.3. Identificar los productos que se van a enviar en el embarque mediante una lista de empaque.
1.1.4. Contactar al transportista.
1.1.5. Contratar el seguro que ampare las mercancías.
2. Realizar el proceso de transporte y contratar un seguro que ampare las mercancías.
2.1.1. Documentos de transporte: Estos documentos son expedidos por la empresa transportista que da constancia de que la mercancía se ha embarcado o se embarcará a un destino determinado; además, de la condición en que se encuentra la mercancía.
2.1.2. Nombre y dirección del remitente.
2.1.3. Nombre y dirección del destinatario.
2.1.4. Mercancía que se transporta.
2.1.5. Número de contenedores y/o cantidad de bultos.
2.1.6. Lugar de origen-destino, entre otros.
2.2.1 Seguros por el envío de carga: El seguro incluye una serie de coberturas para indemnizar al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías durante su transporte.
2.2.2 Seguros sobre riesgos comerciales: Insolvencia legal; Insolvencia de hecho; Mora prolongada.
2.2.3 Seguro de responsabilidad civil.
3. Proceso de despacho aduanal: El despacho aduanero consiste en presentar físicamente la mercancía ante la autoridad aduanera junto con su documentación digitalizada.

Fuente: Ruta para exportar: Guía de pasos básicos para MiPyMEs mexicanas que buscan exportar de la Secretaría de Economía, 2020.

A continuación, se muestra una imagen del proceso aduanero.



Fuente:

Content and PR at Drip Capital

4.4 Negociación internacional

La negociación internacional de tipo comercial, se enfoca en empresas que proviene de países diferentes y buscan acuerdos de comercialización de bienes y servicios en países distintos al del proveedor del bien o servicio. Entre estos acuerdos se pueden nombrar: compraventa internacional, acuerdo con un intermediario o alianza estratégica (Universidad ICESI).

Los principios a seguir en una negociación internacional son:

• Adoptar un enfoque de ganador-ganador.
• Conocer y aplicar el concepto de margen de maniobra en función de cada país.
• Comprender las diferencias entre negociación nacional e internacional.
• Tener en cuenta los elementos culturales del país en el que se negocia.
• Saber planificar la negociación, distinguiendo entre cada una de las etapas.
• Conocer las técnicas que sirven para hacer avanzar una negociación y cerrar el acuerdo.

Según la SE, actualmente, en las operaciones mundiales, prevalecen dos grupos de términos:

- Las Reglas INCOTERMS (International Commerce Terms), de la Cámara de Comercio Internacional (CCI).
- Las Definiciones Revisadas del Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD).

CUALQUIER MEDIO DE TRANSPORTE	TRANSPORTE MARÍTIMO Y FLUVIAL
EXC Ex Works	FAS Free Alongside Ship
FCA Free Carrier	FOB Free on Board
CPT Carriage Paid To	CFR Cost and Freight
CIP Carriage and Insurance Paid	CIF Cost, Insurance and Freight
DAT Delivered At Terminal	
DAP Delivered At Place	
DDP Delivered Duty Paid	

Fuente: Secretaría de Economía

INCOTERMS

Las Reglas INCOTERMS establecen normas claras para los compradores y vendedores,

en cuanto a delimitación de derechos y responsabilidades, así como la identificación de costos, documentos y tareas necesarias para la entrega de la mercancía hasta el lugar convenido, de forma que se eviten incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en los diferentes países. La CCI recomienda que cada vez que se utilicen los términos en el contrato de compraventa se indique la versión correspondiente, la cual es la de 2020, la actualización más reciente (Secretaría de Economía, 2020).

Los INCOTERMS están divididos principalmente en dos grupos:

- Los polivalentes o que son aplicables a cualquier modo de transporte (EXW, FCA, CPT, CIP, DPU, DAP y DDP), y
- Los que son exclusivos del transporte marítimo (FAS, FOB, CFR y CIF).



Fuente:

Logística y Comercio Exterior

Los 11 términos vigentes en la actualidad según sus siglas (y significado en español) son:

● EXW (En fábrica).
● FCA (Franco transportista).
● FAS (Franco al costado del buque).
● FOB (Franco a bordo).
● CPT (Transporte pagado hasta).
● CFR (Coste y flete).
● CIP (Transporte y seguro pagado hasta).
● CIF (Coste, seguro y flete).
● DPU (Entregada y descargada en lugar acordado)
● DAP (Entregado en lugar)
● DDP (Entregado derechos pagados).

4.4.1 Contrato internacional

Un contrato de compraventa internacional se define como un instrumento que refleja el acuerdo entre dos partes domiciliadas en diferentes países con el fin de crear, transferir, modificar o exigir derechos y obligaciones bajo el amparo de una ley (Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior).

Dentro del contrato internacional se sugiere incluir la siguiente información:

● Preámbulo (identificación de cada una de las partes),
● Declaraciones,
● Objeto del contrato y descripción de las mercancías,
● Precio y condiciones de pago,
● Plazos y condiciones de entrega de la mercancía,
● Inspección de las mercancías,
● Derechos de propiedad,
● Transmisión del riesgo,
● Garantías del vendedor y derecho de reclamación del comprador,
● Aspectos sobre la propiedad industrial,
● Cláusulas de arbitraje comercial,
● Modificaciones y correcciones al contrato,
● Vigencia del contrato,
● Legislación e idiomas aplicables,
● Mecanismo para la solución de controversias,
● Causas de anulación, y
● Otras disposiciones.

Fuente: SNICE


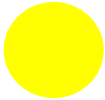



Existen varios tipos de contratos que involucran diferentes actividades de comercio internacional, como son:

● De promesa de compra o de venta, que son instrumentos preparatorios a
● la operación de compraventa, que pretenden generar la obligación de una
● parte de comprar o vender un determinado bien o bienes, caracterizados y
● definidos, a un precio determinado.
● De compraventa, que pretende una sola transacción.
● De suministro (modalidad del contrato de compraventa), 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 marca o tecnología determinada.
● De prestación de servicios.
● De franquicia de exportación.

4.5 Pago internacional

Existen diversas modalidades de pago dependiendo del riesgo que implican:

Tipo de pago	¿En qué consiste?	Nivel de seguridad
Carta de crédito	Una carta de crédito es un documento expedido por un banco, en donde afirma	

	su compromiso de pagar a alguien una cantidad exacta de dinero, por cuenta de un comprador, siempre y cuando el vendedor cumpla con los términos y condiciones específicas.	
Orden de pago de cobranza bancaria internacional	La orden de pago interbancaria es una operación de transferencia de fondos que efectúa un banco emisor local a un extranjero, bajo las órdenes de un cliente (ordenante), quien compra una "orden de pago", a favor de una persona física o moral de un banco en el extranjero (beneficiario).	
Cheque	Un cheque es un documento por el cual una persona solicita a su banco que pague una determinada suma a otra persona o empresa.	
Efectivo	Este medio es simple y recurrente en ferias o exposiciones comerciales en los que se permita vender la mercancía.	
Giro bancario	El usuario compra la orden de pago y le da al banco o institución financiera la cantidad de recursos a transferir, sea efectivo, tarjeta de débito, tarjetas de crédito o cheques.	

Fuente: Secretaría de Economía, 2020.



FUENTES

- 100% México. (2021). Alebrijes. 100% México. Consultado el 26 de agosto de 2021. Recuperado de <https://100porcienmexico.es/los-alebrijes/>
- Arellano Grajales, B., & Bocanegra Gastelum, C. O. Comercialización electrónica transfronteriza: potencial exportador de artesanías mexicanas. *Indiciales*, 1(2), 22–39. <https://doi.org/10.52906/ind.v1i2.19>. Consultado el 26 de agosto de 2021.
- Bancomext e ITESM. (2005). Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54246/GuiaParaExportarProductosMexicanosALaUnionEuropea.pdf>
- Bancomext. (2005). Guía Básica del exportador. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/63793/GuiaBasicaDelExportador.pdf>
- Briseño, P. (2019). Alebrijes monumentales llegan a festival de Francia. *Excélsior*. Consultado el 26 de agosto de 2021. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/alebrijes-monumentales-llegan-a-festival-de-francia/1309945>
- Crónica del poder. (2016). Que artesanías mexicanas ya se empiezan a exportar a Europa. *Crónica del poder*. Consultado el 22 de agosto de 2021. Recuperado de <https://cronicadelpoder.com/2016/06/30/que-artesantias-mexicanas-ya-se-empiezan-a-exportar-a-europa/>
- Diario Marca. (2017). Buscan exportar más artesanías oaxaqueñas a Europa. *Diario Marca*. Consultado el 22 de agosto de 2021. Recuperado de <https://www.diariomarca.com.mx/2017/04/buscan-exportar-mas-artesantias-oaxaqueñas-a-europa/>
- El Universal. (2020). Alebrijes llenan de color exposición de arte en Polonia, donde Oaxaca es invitada de honor. *El Universal*. Consultado el 26 de agosto de 2021. Recuperado de <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/sociedad/05-11-2020/alebrijes-llenan-de-color-exposicion-de-arte-en-polonia-donde-oaxaca-es-invitada>



- Esteves, C. (2011). Seminario: "Facilitación comercial y negocios entre México y la Unión Europea". ProMéxico. Consultado el 22 de agosto de 2021. Recuperado de <http://www.protlcuem.gob.mx/swb/work/models/Protlcuem/Resource/37/1/images/PROMEXICOCESTEVES.pdf>
- Forbes. (2014). México y sus artesanías en el mundo. Forbes. Consultado el 26 de agosto de 2021. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/mexico-y-sus-artesantias-en-el-mundo/>
- Gobierno de España. (s.f). Qué es la UE. Gobierno de España. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de <http://www.exteriores.gob.es/representacionespermanentes/espanaue/es/quees2/paginas/default.aspx>
- Gutiérrez, A. (2013). ¿Cómo son los europeos?. El Periódico. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de <http://blogs.elperiodico.com/europa2014/2013/11/02/como-son-los-europeos/>
- Hernández, B. (2010). Visión hacia la cultura de exportaciones de los empresarios de las Pymes del estado de Hidalgo y su impacto en el desarrollo regional. Congreso de la AMET. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_EcoReg/Blanca_Garcia/exportacion.pdf
- IdcOnline. (2012). Qué son las regulaciones no arancelarias. IdcOnline. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://idconline.mx/comercio/2012/05/10/que-son-las-regulaciones-no-arancelarias>
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S. & Coudounaris, D. N. (2010). Five Decades Of Business Research Into Exporting: A Bibliographic Analysis. *Journal Of International Management*, 16, Pp. 78-91.
- Logística y Comercio Exterior. (2020). Incoterms 2020: guía para operaciones de comercio exterior. Logística y Comercio Exterior. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.logycom.mx/blog/logistica-comercio-exterior-incoterms>
- Mankiw, N. G. (2007). *Principios De Economía* (4ta. Ed.), Madrid: Ed. Thomson.
- Marsán, L. (2019). El consumo local en Europa. Observatorio Cetelem. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de <https://elobservatoriocetelem.es/consumo-local-en-europa>
- Mexcostura. (2021). Importante: PROY-NOM-004-SE-2020 Actualización de la NOM-004-SCFI-2006. Mexcostura. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <http://www.mexcostura.mx/publicaciones/edicion-94/capacitacion-94/1569-importante-proy-nom-004-se-2020-actualizacion-de-la-nom-004-scfi-2006>



- Ortiz, A. (2020). Documentos necesarios para exportar de México. Drip. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/documentos-para-exportar#13>
- Ortiz, A. (2020). Qué es el Despacho Aduanero | Proceso, tipos, diagrama de flujo y más. Drip. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/despacho-aduanero>
- Sanz, A. (2019). Cinco tendencias que determinarán el consumo en Europa los próximos años. Directivos y empresas. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de <https://www.directivosyempresas.com/noticias/consumo/cinco-tendencias-consumo-europa-proximos-anos/>
- SAT. (s.f). Tratados y Acuerdos con México. SAT. Consultado el 22 de agosto de 2021. Recuperado de <http://omawww.sat.gob.mx/aduanasPortal/Paginas/index.html#!/mapaTratado>
- Scheidl, A. (s.f). Export Helpdesk: Su acceso al mercado europeo. European Commission. Consultado el 29 de agosto de 2021. Recuperado de https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/january/tradoc_153072.pdf
- Secretaría de Economía. (2017). Información General. Secretaría de Economía. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/actualiza/informacion_tarifa.htm
- Secretaría de Economía. (2020). Ruta para exportar: Guía de pasos básicos para MiPyMEs mexicanas que buscan exportar. Secretaría de Economía. Consultado el 05 de septiembre. Recuperado de <https://exportamx.economia.gob.mx/docs/guia-exportador.pdf>
- Secretaría de Economía. (s.f). Documentos necesarios. Secretaría de Economía. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.gob.mx/tramites/ficha/certificado-de-bienes-textiles-y-prendas-de-vestir-con-el-estado-de-israel/SE1257>
- SNICE. (s.f). Certificado de origen. Gobierno de México. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/certificado_de_origen.html
- SNICE. (s.f). Conoce las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias. Gobierno de México. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/conocelasrayrnasm.html>
- SNICE. (s.f). Términos de negociación y contrato internacional. SNICE. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/terminosdengociacionycontratointernacional.html>



- TIBA México. (2014). Exportaciones mexicanas. TIBA México. Consultado el 22 de agosto de 2021. Recuperado de <https://www.tibagroup.com/mx/de-mexico-para-el-mundo>
- TIGIE. (s.f). Fracción arancelaria. TIGIE. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>
- Unión Europea. (2020). Todos los países de la UE. Unión Europea. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries_es
- Unión Europea. (s.f). Hacia un comercio mundial abierto y justo. Unión Europea. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de https://europa.eu/european-union/topics/trade_es
- Unión Europea. (s.f). La cultura en la Unión Europea. Unión Europea. Consultado el 20 de agosto de 2021. Recuperado de https://europa.eu/european-union/topics/culture_es
- Universidad ICESI. (2008). Negociación internacional. Universidad ICESI. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/10/03/27/>
- Vervena. (2020). Artesanías mexicanas: ¿Cuáles son las de mayor demanda en el extranjero?. Vervena. Consultado el 22 de agosto de 2021. Recuperado de <https://vervena.com.mx/blog-mexico-artesantias-mexicanas-en-el-extranjero-mundo.php>
- Villegas, E. (2013). Reglas de origen en el TLCUEM. SlidesShare. Consultado el 05 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://es.slideshare.net/efrainvillegas33/reglas-de-origen-en-el-tlcuem-26365468>