



UNIVERSIDAD
DON VASCO, A.C.

UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.

INCORPORACIÓN No. 8727-08

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE CONTADURÍA

**“Análisis de Viabilidad para
Exportar mango a Los Ángeles,
California de la Empresa Frutas
Selectas Santa Casilda SPR de
RL”**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Contaduría

Presenta:

Manuel Tamayo Canela

Asesor:

L.C.I. Ana Karina Rojas López



Uruapan, Michoacán., 07 de noviembre de 2023.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTO

Quiero darle gracias a Dios por haberme dado la oportunidad de terminar mi carrera, profesional, sobre todo ser mi confidente cuando más lo necesitaba y por brindarme la oportunidad de poder terminar mi meta.

Le doy gracias a mi madre María de Jesús Canela Corza, quien fue una de las personas que estuvo conmigo en los momentos más difíciles de mi vida, gracias mamá por tus consejos que me brindabas cuando necesitaba escucharte gracias por ser mi madre y por todo el apoyo que me diste.

A mi padre, Antonio Tamayo Martínez, por haber confiado en mí, por darme la oportunidad de estudiar en la Universidad Don Vasco, gracias papá por tu gran apoyo, agradezco los consejos que me dio para no dejarme caer y enfrentar los momentos más difíciles de mi vida y por ayudarme a tomar las decisiones correctas, gracias papá por todo tu apoyo eres mi ejemplo a seguir.

Gracias a mi esposa Nancy Zamudio Hidalgo, por brindarme su apoyo incondicional durante todo el desarrollo de mi carrera ya que con su ayuda brindada fue sumamente importante, estuviste a mi lado inclusive en los momentos y situaciones más tormentosas, siempre ayudándome. No fue sencillo culminar con éxito este proyecto, sin embargo, siempre fuiste mi motivadora, tú y mi hija, me decías que lo lograría perfectamente, gracias mi amor por todo tu apoyo.

A mis hermanos gracias por todo su apoyo y por confiar en mí. En especial a mi hermana Blanca Tamayo Canela ella fue el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sentó en mis las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ella tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarla cada día más, gracias por todo tu apoyo hermana.

También quiero agradecer de manera muy especial a mi asesora Ana Karina Rojas López por el apoyo que me brindó ya que fue un poco difícil concluir con este objetivo pero con la ayuda de mi asesora se logró terminar mi tesis que se presenta a continuación.

ÍNDICE

Introducción.	8
CAPÍTULO I	
EMPRESA	
1.1 Concepto de empresa.....	10
1.2 Elementos de la empresa	11
1.3 Funciones básicas de la empresa.....	12
1.4 Importancia de la empresa.....	13
1.5 Clasificación de la empresa	13
1.6 Componentes básicas de la empresa	16
1.7 Pequeñas y medianas empresas.....	18
1.8 Ventajas y desventajas de las pequeñas empresas	20
CAPÍTULO II	
CONTROL INTERNO	
2.1 Concepto de control interno.	24
2.2 Objetivo de control interno.	25
2.3 Fundamentos del control interno.....	25
2.4 Personal y el control interno.....	26
2.5 Control de embarque	26
2.6 Tipos de control administrativo.....	27

- 2.7 Etapas de control 27
- 2.8 Proceso de control interno 29
- 2.9 Control interno empresarial 29
- 2.10 Elementos de control interno 29

CAPÍTULO III

EXPORTACIÓN

- 3.1 Definición de exportación..... 32
- 3.2 Aspectos generales..... 32
- 3.3 Causas de exportación 33
- 3.4 Finalidad de la exportación 34
- 3.5 Formas de exportar..... 34
- 3.6 Características del plan de exportación 36
- 3.7 Elementos o capitulado del plan de exportación 36
- 3.8 Seis recomendaciones para exportar..... 37
- 3.9 Proceso de exportación e importación 37
- 3.10 Factores de exportación..... 38
- 3.11 Documentos que se requieren para el proceso de exportación 40
- 3.12 Tramitación aduanal..... 43
 - 3.12.1 Arancel..... 45
 - 3.12.2 Derecho aduanero 46
 - 3.12.3 Barreras arancelarias..... 48

3.12.4 Barreras para arancelaria	48
3.13 Comercio.....	48
3.14 Comercio internacional	49
3.15 Comercio exterior.....	49
3.16 Importancia del comercio exterior para las empresas.....	50
3.17 Mercado internacional.....	50
3.18 Tratados de libre comercio suscrito por México	50
3.19 Tratado del libre comercio de América del Norte (T-MEC)	51

CAPÍTULO IV

CASO PRÁCTICO

4.1 Historia del mango.....	54
4.2 Características.....	55
4.3 Antecedentes y generalidades de la empresa.....	59
4.3.1 Situación fiscal de la empresa.....	62
4.3.2 Visión	62
4.3.3 Misión.....	62
4.3.4 Identificación de la organización actual.....	63
4.4 Análisis FODA de la empresa.....	66
4.5 Planteamiento del problema.....	67
4.6 Pregunta de la investigación	68
4.7 Hipótesis.....	68

4.8 Objetivo general.....	68
4.9 Objetivos particulares.....	68
4.10 Método de investigación.....	69
4.11 Fuente de datos.....	69
4.12 Entrevista a encargados de logística.....	70
4.13 Certificación y proceso para el comercio exterior.....	71
4.13.1 Certificaciones que se requieren para lograr la exportación.....	71
4.13.2 Proceso de calidad.....	71
4.14 Evaluación.....	72
4.15 Producción.....	72
4.16 Análisis del mercado meta.....	72
4.16.1 Los Ángeles, California.....	73
4.17 Documentación para el comercio exterior.....	73
4.17.1 Certificado de origen.....	74
4.17.2 Factura comercial.....	75
4.17.3 Carta de instrucciones o encomienda al agente aduanal.....	77
4.17.4 Carta de porte.....	78
4.17.5 Carta Responsiva.....	80
4.18 Cómo comenzar a exportar.....	81
4.18.1 Diagrama de flujo de la exportación.	81
4.18.2 Guía de exportación.	81
4.18.3 Exportaciones.....	81
4.18.4 Pasos para exportar desde México.....	82

4.19 Documentos que se necesitan para exportar.	82
4.19.1 Impuestos que hay que pagar para exportar.....	82
4.20 Tipos de aranceles.	87
4.21 Factura comercial.	87
4.22 Palabra FOB.....	88
4.23 Ley Aduanera en su Título Segundo, Capítulo III.....	88
4.23.1 Qué dice el artículo 36 de la Ley Aduanera.....	88
4.23.2 Qué dice el artículo 71 de la Ley aduanera.	88
4.23.3 Qué dice el artículo 42 de la Ley aduanera.	88
4.23.4 Qué dice el artículo 20 de la Ley de comercio exterior.....	88
4.23.5 Qué dice el artículo 16 de la Ley de comercio exterior.	89
4.23.6 Qué dice el artículo 12 de la Ley de comercio exterior.....	89
4.23.7 Qué dice el artículo 176 de la Ley aduanera.....	89
4.23.8 Qué dice el art 54 de la Ley Aduanera.	89
4.23.9 Qué señala el artículo 102 de la Ley aduanera.....	90
4.23.10 Qué dice el artículo 51 de la Ley aduanera.	90
4.23.11 Qué dice el artículo 52 de la Ley aduanera.	90
4.23.12 Qué dice el artículo 4 de la Ley de comercio exterior.	90
4.23.13 Cuáles son las leyes que regulan el comercio exterior en México.....	90
4.23.14 Qué dice el artículo 35 de la Ley aduanera.	91
4.23.15 Qué dice el artículo 104 de la Ley Aduanera.	91
4.23.16 Qué dice el art 59 de la Ley aduanera.	91
4.23.17 Qué dice el artículo 159 de la Ley aduanera.	91
4.23.18 Qué dice el artículo 67 de la Ley aduanera.....	92
4.18 Conclusión.....	93
4.19 Propuestas.....	96
4.20 Bibliografía.....	97
4.21 Mesografía.....	98

INTRODUCCIÓN

Hoy en día nos encontramos en un mundo con mercado globalizado donde existen diversos factores que favorecen a determinados países más que otros.

Tomando en cuenta esta diversidad de factores, una ventaja de México es la flora con la que cuenta, esto hace que tenga distingos competitivos; en específico su estado de Michoacán cuenta con un gran potencial por la gran cantidad de productos que produce y comercializa derivado de mencionado factor.

El mango es un producto de importancia para la región michoacana, sus condiciones climáticas favorecen su producción, donde varios productores se dedican a la cosecha de esta fruta.

El potencial de esta región para la exportación de este tipo de productos es enorme puesto que algunas características como el territorio y el clima impulsan grandes volúmenes de producción; los cuales pueden ser aprovechados y explotados en un mercado internacional que ofrece mayores beneficios.

En esta propuesta se pretende identificar cada una de las áreas y conocer todo el proceso del mango para poder exportar a los Estados Unidos.

Tomar a consideración las normas a cumplir para poder exportar el mango al mercado meta, estudio de la demanda actual y del mercado potencial para poder tener una perspectiva amplia para un crecimiento a futuro y también escoger el empaque idóneo para el producto, tomando en cuenta las características principales del mismo, que son: perecedero y de manejo cuidadoso (delicado).

Desarrollar una propuesta adecuada tomando en consideración nuestro mercado meta para decidir el medio de transporte más adecuado y las características que podrían repercutir en la calidad del producto.

Señalar el tratado existente entre México y el mercado meta para exportar las oportunidades del comercio.

Establecer y estudiar cuáles son los factores y las determinaciones económicas y las políticas que generan el ascenso y el posicionamiento de la producción del mango en la estructura económica del comercio.

Describir y analizar los principales mercados de destino de nuestras exportaciones de mango.

Comparar y definir las variedades más importantes del mango y su aceptación en el mercado.

Representar y caracterizar estadísticamente las exportaciones de mango de bloque comerciales.

En este trabajo hablaremos de una propuesta de exportación de mango del estado de Michoacán dirigido al mercado de Los Ángeles, California.

Dentro de este proyecto, como en muchos otros, se parte de una idea que genere una ayuda o un cambio para bien dentro del país, entidad federativa o simplemente una organización que posea una relación con interés y capacidad en el comercio internacional.

Frutas selectas SPR de RL es una empresa que reside en Michoacán y se dedica a la exportación y comercialización de mangos, esta empresa se constituye en el 2019 dentro del sector comercio como una Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada.

CAPÍTULO I

EMPRESA

Para que las empresas crezcan y generen utilidades en sus actividades primordiales es necesario contar con una buena administración.

Las empresas son consideradas fundamentales entre los consumidores finales y los productos y servicios, además promueven el crecimiento económico en las localidades en las que se encuentran ubicadas ya que generan nuevos empleos en la zona.

A continuación, se desarrollará cómo funcionan las empresas, y para qué nos sirven.

1.1 Concepto de empresa

A continuación, veremos algunas definiciones de algunos autores;

Rodríguez Valencia 2011, define que la empresa es el ente donde se crea riqueza. Permite que se pongan en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros, técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, con base en los objetivos fijados por la dirección general interviene en diferentes grados y los motivos económicos, sociales y de servicio.

Para García Martínez 2011, empresa es un término nada fácil de definir, ya que este concepto se le dan diversos enfoques (económico, jurídico, filosófico, social, etc.). En su más simple acepción, significa acción de emprender una cosa con un riesgo implícito.

La empresa es un sistema en el que se coordinan factores de producción y marketing para obtener sus fines.

La empresa es un conjunto de factores de producción atendiendo como tales los elementos necesarios para producir (bienes naturales o semielaborados factor, trabajo, maquinaria y otros bienes de capital); factores mercadotécnicos, pues los

productos no se venden por sí mismo, factores financieros ~~pues~~, para realizar las otras tareas, es preciso efectuar inversiones y estas han de ser financiadas del algún modo.

De acuerdo a las definiciones anteriores se puede decir que una empresa es una organización o entidad económica que procesa un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos financieros, materiales, tecnológicos y humanos, para lograr objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo para los consumidores finales.

1.2 Elementos de empresa

La empresa, para cumplir sus objetivos y desarrollar el conjunto de sus actividades, se basa en diversos medios o factores, que podemos reunir en dos grandes grupos:

Personas o factores activos

- **Bienes económicos o factores pasivos:** Los segundos, son denominados restrictivos, por ser factores en sí mismo limitados. Los primeros, forman la dinámica de la empresa, actuarán sobre los factores pasivos para intentar alargar sus límites y mejorar sus resultados. La empresa precisa de una organización, impuesta por quien posee la facultad de dirigir: el empresario.

Genéricamente, la clasificación de los elementos constituyentes de la estructura de la empresa sería la siguiente:

- **El grupo humano o las personas:** Dentro del grupo humano podemos señalar la existencia de grupos diferenciados por sus intereses y relaciones con los grupos restantes, estos son:
 - Los propietarios del capital o socios.
 - Los administradores o directivos.

- Los trabajadores o empleados.

Entre los dos primeros grupos, y básicamente en el segundo, surge la figura del empresario tal y como hoy se le concibe.

- **Los bienes económicos:** Los bienes económicos se suelen clasificar en inversiones o duraderos y en corrientes o no duraderos, según su vinculación al ciclo productivo de la explotación, ya que si los mismos no se consumen o transforman en el mismo estaremos ante el primer caso.
- **La organización:** La organización aparece como el conjunto de relaciones de autoridad, de coordinación y de comunicación que forman la actividad del grupo humano entre sí y con el exterior.

1.3 Funciones básicas de la empresa

La empresa se resalta por el énfasis en la estructura y en las funciones que debe tener la misma para lograr la eficiencia.

Las cuatro funciones o áreas de la empresa, son producción, finanzas, capital humano y sistemas, mismas que, se conceptualizan como sigue:

- **Producción:** formula y desarrolla los métodos más adecuados más adecuados para la elaboración de productos, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridas.
- **Finanzas:** esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno departamentos, con objeto de que estos puedan funcionar debidamente.
- **Capital humano:** su objetivo es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo, cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa, a través de programas adecuados de reclutamientos de selección, de capacitación y desarrollo.
- **Sistema:** es el área requerida para manejar y controlar los sistemas informáticos que se utilizan en la empresa, así como los que se vinculan con los clientes y proveedores a través de internet. (García Martínez: 2014)

1.4 Importancia de la empresa

En la empresa se materializa la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, así como las condiciones o factores indispensables para la producción.

- a) Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la autorización de sus integrantes.
- b) Favorece directamente el avance económico de un país.
- c) Armoniza la empresa “promueve” el crecimiento o desarrollo, ya que la inversión es “oferta” y es “demanda”.

Existen dos ventajas básicas de la empresa:

- a) Es la última forma de realizar la producción y los negocios en gran escala.
- b) Su organización administrativa y su constitución legal hacen de ella un organismo que ofrece garantía, por lo cual se ha empleado el crédito y se pueden realizar obras de gran volumen de mediano a largo plazo.

1.5 “Clasificación de las empresas”

A continuación, daremos a conocer algunos de los criterios de clasificación para analizar las diferentes clases de empresa.

A) Por su actividad o giro:

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

1.-Industriales: Es la producción de bienes mediante la transformación de la materia prima está a su vez se clasifican:

- a) Extractivas: Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable y no renovable, entendiéndose por recursos naturales que son indispensables para la subsistencia del hombre.
- b) Manufactureras: Son empresas que transforman las materias primas en productos terminados.

c) Agropecuarias: son aquellas cuya función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

2.- Comerciales: Son intermediarias entre productor y consumidor su función primordial es la compraventa de productos terminados. Pueden clasificarse en:

A) Mayoristas: Cuando efectúan ventas en gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.

B) Minoristas o detallistas: Las que venden productos al menudeo o con pequeñas cantidades, al consumidor.

c) Comisionistas: Se dedican a vender mercancías que los productores le dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

3.- Servicios: Son aquellos que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos y esta se puede clasificar en:

a) Transporte

B) Turismo

c) Instituciones financieras

d) Servicios públicos

e) Comunicaciones energía

f) Agua

(Münch, 2014).

B) Comerciales

Empresas que se dedican adquirir algunos bienes o productos con el objeto de venderlos, aumentan el precio de costo o adquisición un porcentaje denominado margen de utilidad.

Este tipo de empresas son intermediaria entre el productor y el consumidor, por ejemplo: mayorista, cadenas de tienda, distribuidores detallistas etc.

C) Industriales:

- a) Industriales extractivas: se dedican a la extracción y explotación de las riquezas naturales sin modificar su estado original.
- b) De recursos renovables: sus actividades se encaminan hacer producir a su naturaleza, es decir el hombre aprovecha las transformaciones biológicas de la vida animal y vegetal, así como la actuación de los elementos vegetales.
- c) De recursos no renovables: aquella cuya actividad fundamental trae consigo la extinción de recursos naturales, sin que sea posible renovar o reintegrarlas, su agotamiento es incontenible. Ejemplo, la minería, los fondos petroleros etc.

D) Industrias de transformación:

Las que adquieren materia prima para someterlas a un proceso de transformación o manufactura. (Rodríguez: 1993:110).

También se clasifican de acuerdo a su origen

Nacionales: son aquellas que se crean y operan de acuerdo a su territorio.

- Extranjeras: son aquellas empresas de otros países que residen en el territorio nacional, esto implica la penetración de capital extranjero en las empresas nacionales.

De acuerdo a su capital

Privadas: son aquellas que están constituidas por capital de particulares, administradas por sus propietarios y cuya finalidad puede ser lucrativas y no lucrativas.

- a) Empresas lucrativas: son empresas individuales, cuando están dirigidas por un solo propietario o sociedades, es decir cuando pertenecen a varios socios y persiguen la obtención de utilidades.
- b) Empresas no lucrativas: son aquellas que están orientadas a satisfacer necesidades materiales o físicas de sus integrantes, persiguiendo resultados sociales y no ganancias económicas.
- c) Publicas: empresas que pertenecen al Estado y su objetivo es satisfacer necesidades de carácter social. (Rodríguez Valencia: 2002: 33-35).

1.6 Componentes básicas de la empresa

Existe una serie de componentes indispensables que atienden a un objetivo general. Para Rodríguez Valencia (1993), los componentes básicos de una empresa son: personal, materiales, sistemas y equipo, a continuación, se presentan una breve descripción de cada uno de ellos.

A) Personal:

El personal es el primer componente básico de la empresa ya que es muy importante porque éste es el que utiliza los materiales y es el que lleva a cabo los procedimientos concernientes a todos los grupos humanos; este componente se clasifica de la siguiente manera:

- Obreros: Este a su vez se pueden dividir en calificados y no calificados, según requiere tener conocimientos o pericias especiales antes de ingresar a su puesto.
- Empleados: Su trabajo requiere de mayor esfuerzo intelectual y de servicio; se dividen en calificados y no calificados.
- Supervisores: Su función es la de vigilar el cumplimiento exacto de los planes órdenes y las instrucciones señaladas.
- Técnicos: Personas que con base a un conjunto de reglas o principios aplican la creatividad, por ejemplo; nuevos diseños de productos novedosos sistemas administrativos nuevos métodos y controles etc.

- Altos ejecutivos: Es todo el personal en el que predomina la función administrativa sobre la técnica.
- Directores o Administradores: directores o administradores: son las de establecer, objetivos, políticas, planes generales y revisar resultados.

A) Materiales:

Se refiere a las cosas que son procesadas y se combinan para producir un bien, o un producto final, estas se clasifican en:

- Bienes materiales: Muebles e inmuebles que integran la empresa: sus edificios instalaciones, terrenos etcétera.
- Las materias primas: Elementos corpóreos que serán transformados en productos, por ejemplo, madera hierro harina etcétera.
- Dinero: La empresa necesita cuenta en efectivo, es decir lo que se tiene como disponible para pagos diarios o urgentes.

Sistemas:

Comprende todo el cuerpo orgánico de procedimientos, métodos, etcétera por medio de las cuáles se logran los objetivos de la empresa.

- Sistema de planeación: Se enfoca a proyectar la vida de la empresa a lo largo del tiempo.
- Sistema organizativo: Consiste en la forma en que debe estructurar la empresa.
- Sistema de información: Es el que, a través de sus componentes, tomas los datos para producirlos en sucesivas fases y grados de elaboración hasta el proceso de la decisión.
- Sistema de control: Es la esencia del funcionamiento de la empresa como un sistema.
- Sistema de operativos: Conjunto de hombres y medio de cualquier tipo, cuyas actividades se encadenan de modo que persiguen la consecución de

un objetivo común en lo que se producen transferencias de información bienes y servicios con arreglos procedimientos definidos.

B) Equipo:

Es el término empleado para identificar los instrumentos o herramientas que complementan y aplican más a detalle en la acción de la maquinaria.

(Rodríguez ,1993: 111-112).

1.7 Pequeñas y medianas empresas

¿Cuál es la importancia de las pequeñas y medianas empresas?

La importancia colectiva que tienen las pequeñas y medianas empresas en México, muestran que más del 95% de todas las empresas del país son pequeñas y medianas con relación al ámbito empresarial nacional. La pequeña y mediana empresa proporciona más de la mitad de todos los empleos del país, incluyendo actividades que no son comerciales. Tal cifra se va incrementando conforme se automatizan, cada vez más, las grandes empresas con la correspondiente reducción de sus nóminas de pago, tan necesarias para una economía balanceada. En la realidad las grandes empresas acaparan el 60% de todas las actividades comerciales, pero el 40% restante que corresponde a la pequeña y mediana empresa tiene una importancia superior a su porcentaje, lo cual ha sido reconocida aun por los propietarios y dirigentes de las grandes empresas. Otro aspecto por considerar es que, históricamente, la pequeña empresa ha proporcionado una de las mejores alternativas para la independencia económica; se puede decir que este tipo de empresas han sido una gran oportunidad, a través de la cual los grupos en desventaja económica han podido iniciarse y consolidarse por méritos propios. Igualmente hay que anotar que la pequeña y mediana

empresa ofrece la opción básica para continuar con una expansión económica del país. La pequeña y mediana empresa ofrece el campo experimental en donde se generan con frecuencia nuevos productos, ideas, técnicas y formas de hacer las cosas. Por todo lo anterior, las empresas representan un ámbito al que es necesario prestar ayuda y estímulo, con el propósito de reducir los fracasos innecesarios, con las siguientes pérdidas financieras, esperanzas truncadas y, a veces, perturbaciones graves en la personalidad de los fracasados inversionistas. En México existen actualmente (1994) 2.2 millones de empresas que participan en el sector productivo, las cuales son de diversas magnitudes.

A continuación, en el cuadro 1-11 se muestra la distribución de empresas por tamaño, según el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, por sus siglas "INEGI" (1994) y La Banca de Fomento Económico, se puede observar que, en el país existen 2, 201,598 empresas, de las cuales 2, 137,909 pertenecen a la empresa: micro pequeña y mediana que en su conjunto representa el 96.9%. De estos segmentos 2, 137,909 son microempresas, 53,696 son pequeñas empresas mientras que 6,555 son medianas y 3,438 son grandes empresas. Ahora bien, es necesario hacer otros análisis respecto al número y porcentaje de empresas por sector. En el cuadro siguiente se muestran estos datos de manera detallada.

Cuadro de Número y Porcentaje de Empresas por Sector Económico y Personal Empleado:

SECTOR ECONÓMICO	NÚMERO DE EMPRESAS		NÚMERO DE EMPLEADOS	
		%		%
• COMERCIO	1,186,040	51.6	3,588,144	25.5
• SERVICIO	894,361	36.2	3,707,271	26.3
• MANUFACTURAS	121,197	12.1	3,444,518	24.5
Totales	2,201,598	99.9	10,739,933	76.3

FUENTE: INEGI Censos económicos, 1994.

1.8 Ventajas y desventajas de las pequeñas empresas según Rodríguez (2011).

El establecimiento y la operación de pequeñas empresas es el resultado de ciertas personas para poder satisfacer necesidades de carácter material. El propietario de una empresa busca generar ganancias por medio de la manufactura, la

comercialización de artículos o la realización de un servicio buscan la satisfacción de una necesidad.

A pesar de sus múltiples problemas, la pequeña empresa puede competir de forma satisfactoria en el mercado. Las razones que le permiten no solo sobrevivir sino también generar ganancias adecuadas para sus propietarios son diversas y, por lo general, depende de situaciones específicas que cada empresa enfrenta.

Sin embargo, existen factores comunes que han sido identificados en aquellas empresas que, a pesar de su tamaño, continúan operando y generando utilidades para sus propietarios.

- **Flexibilidad en la dirección:** la existencia de líneas de comunicación el hecho de que la toma de decisiones sea hecha por el propietario “sobre el terreno” hacen que la ejecución de tareas sea factible y flexible, permitiendo a la empresa adaptarse rápidamente a los cambios del mercado.
- **Contacto personal con el mercado al que sirve:** en la pequeña empresa el propietario está en constante trato con los clientes que constituyen su mercado en posición de obtener un conocimiento detallado y concreto del tipo de cliente que atiende y de los productos que más se venden.
- **Aplicación del talento y especialización del propietario:** el propietario logra obtener un gran conocimiento en un área especial, quien aplica tales conocimientos en una actividad que le es agradable.
- **Capital limitado y restricciones en la habilidad para adquirir recursos adicionales:**

Esta es una de las desventajas que más afecta el futuro de la pequeña empresa. Es común que el propietario crea una empresa con un capital limitado, y cuando esta tiende a crecer, resulta insuficiente.

- **Falta de experiencia del propietario:** es esta desventaja es muy común que el propietario potencial, a pesar de contar con recursos financieros, carezca de la experiencia y el conocimiento necesario sobre la actividad

económica (industrial, comercial, de servicio) y de cómo operar una empresa del tipo que se pretende establecer.

- **Del tiempo de trabajo requerido:** otra desventaja que identifica en estudios realizados sobre la pequeña empresa es que se refiere al número de horas que el propietario debe dedicar a dirigirla. Para subsistir, los propietarios deben trabajar, en muchos casos, sábados y domingos. Aunque los empleados tengan un horario establecido, el propietario trabaja en actividades de la empresa (registrar datos, elaborar pedidos, planear trabajo, etc. (Rodríguez, 2011:45-46).

En la economía de un país o región la empresa crea trabajo y, por lo tanto, da dinero a las personas, incorpora bienes y servicios a la economía, además de que muchas empresas se dedican a diferentes rubros, la producción de este proceso hace que la economía crezca y que cada vez se demande más trabajo y se produzcan bienes y servicios en la medida en que muchas empresas intervengan en el mercado.

Es por ello que las empresas juegan un papel importante dentro de nuestro país, generando empleo a muchas personas, desarrollo e innovación tecnológica y responsabilidad ambiental.

Una empresa es una asociación de personas que se unen, para lograr objetivos en común y que desean obtener beneficios, es importante plantear que, las etapas con las que se deben administrar, según el Padre de las Administración (Henry Fayol) son: la planeación, organización, dirección y control para lograr los objetivos deseados.

Las empresas son fuentes de empleo de las personas y, permiten el bienestar de muchas familias, pero para que esto suceda quienes dirijan la empresa o trabajen en ella deberán de poner todo de su parte para no perjudicarla.

Muchas personas en el mundo que no trabajan por cuenta propia, lo hacen integrándose en forma a una empresa, donde tiene un sueldo o salarios entre otros beneficios.

A continuación, se presentará el segundo capítulo, denominado control interno, este precisamente va muy de la mano con la gestión de la empresa, se hablará de las funciones y la importancia que tiene el sistema de control interno.

CAPÍTULO II

CONTROL INTERNO

En este capítulo se desarrollarán puntos importantes acerca del control interno en la empresa, ya que esto permitirá ampliar los conocimientos teóricos del tema en cuestión; esto permitirá que su aplicación sea sólida y, al momento de evaluar y analizar los resultados, así como las condiciones que ofrece un proveedor, por ejemplo de mercancías, las formas de pago, formas de entrega, lugar de almacenamiento, así como la trazabilidad del empaqueo del producto, tenga un respaldo administrativo, que permita el aseguramiento de las acciones comerciales respectivas. En este sentido, se darán a conocer diferentes esquemas de orden y disciplina administrativa en las empresas, que permiten el logro de los objetivos de las mismas.

2.1 Concepto de control

“Plan de organización entre la contabilidad, funciones de empleados y procedimientos coordinados que adopta una empresa pública, privada o mixta. Para obtener información confiable, salvaguardar sus bienes, promover la eficiencia de sus operaciones y adhesión a su política administrativa”. (Perdomo, Abraham 2000: 03).

El control interno es un procedimiento que se enmarca en el control de recursos activos de una empresa, y sirve para llevar un registro sobre su actividad y trazabilidad.

El Control Interno se define como el conjunto de normas, principios, fundamentos, procesos, procedimientos, acciones, mecanismos, técnicas e instrumentos de Control que, ordenados, relacionados entre sí y unidos a las personas que conforman una institución pública, se constituye en un medio para lograr una función administrativa de Estado integra, eficaz y transparente, apoyando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y contribuyendo al logro de la finalidad social del Estado.

El control interno es el plan mediante el cual una organización establece principios, métodos y procedimientos que coordinados entre sí buscan proteger los recursos de la entidad, además de prevenir y detectar fraudes y errores dentro de los diferentes procesos desarrollados en la empresa, en torno al cumplimiento de los objetivos planteados para determinado tiempo.

El control interno empresarial son todas las actividades que se trabajan en conjunto para el buen funcionamiento de un negocio. Este tiene por objetivo resguardar los recursos de la empresa para evitar pérdidas o faltas que puedan afectar su rentabilidad.

2.2 Objetivo del control interno

El Control Interno tiene como objetivo fundamental, proporcionar una seguridad razonable sobre la consecución de los objetivos de las Instituciones y organismos a través de la generación de una cultura institucional del Autocontrol, generando, de manera oportuna, acciones y mecanismos de prevención y de control en tiempo real de las operaciones; de corrección, evaluación y de mejora continua de la institución de forma permanente, y brindando la autoprotección necesaria para garantizar una función administrativa íntegra, eficaz y transparente, con una alta contribución al cumplimiento de la finalidad social del Estado.

2.3 Fundamentos del control interno

Hace unas cuantas décadas los gerentes dirigían sus negocios basados en sus propias experiencias, y las normas para juzgar sobre el fracaso o el éxito se apoyaban en lo que, a su juicio, era una mala o buena actuación de sus subordinados. Sin embargo, en estos últimos años creciente complejidad de las operaciones que se desarrollan en la empresa, ha obligado a los diferentes a delegar autoridad en otras personas para generar resultados. El control implica el ejercicio de una supervisión restricción o influencia sobre un individuo, una organización o una función. Los controles dependen en su mayor parte de la información que surge de las actividades que se pretenden controlar.

A continuación, les mencionare los fundamentos del control relacionado en una empresa.

- 1.- Diseño de un sistema de control
- 2.- Características deseables en un sistema de control
- 3.- Área de control

2.4 Personal y el control interno

“Nada es más importante para el control que la calidad de la gente “. Es una frase que se repite con frecuencia y de la que no tendríamos razones para ponerla en duda. El hombre de empresa debe estudiar los mercados de productos, métodos de fabricación, procedimiento de control leyes que regulan el funcionamiento de su negocio y otros aspectos básicos relacionados con su actividad. Sin embargo, la prueba definitiva, tanto como para el político como para el empresario, y que mide el éxito en su gestión, es su habilidad para manejar a la gente que lo rodea, es decir, su capacidad para crear un clima tal que propicie el proceso y desarrollo de la persona.

2.5 Control de embarques

El servicio de control de embarque es una herramienta fundamental para cerciorar que el producto embarcado cumple con los requisitos del cliente y para confirmar que durante la carga se respetan todas las normas necesarias para poder preservar el producto. Con base a las cajas que conforman cada factura, a los transportes establecidos y las rutas asignadas, el sistema te permite tener en una sola vista todos los documentos pendientes de forma que podrás ir asignando los datos de los talones y folios, así como las firmas de autorización que se requieran.

Lo primero es generar los talones de embarque, para que sean pegados en las cajas obteniendo un mayor control, enseguida generar la Relación de camiones con lo cual vas conformando la ruta.

Gracias a la impresión de la Relación de surtido facilitarás el manejo del producto, pues sirve para realizar el empaclado optimizando el tiempo y los viajes al almacén; además podrás generar e imprimir los avisos de entrega y el reporte.

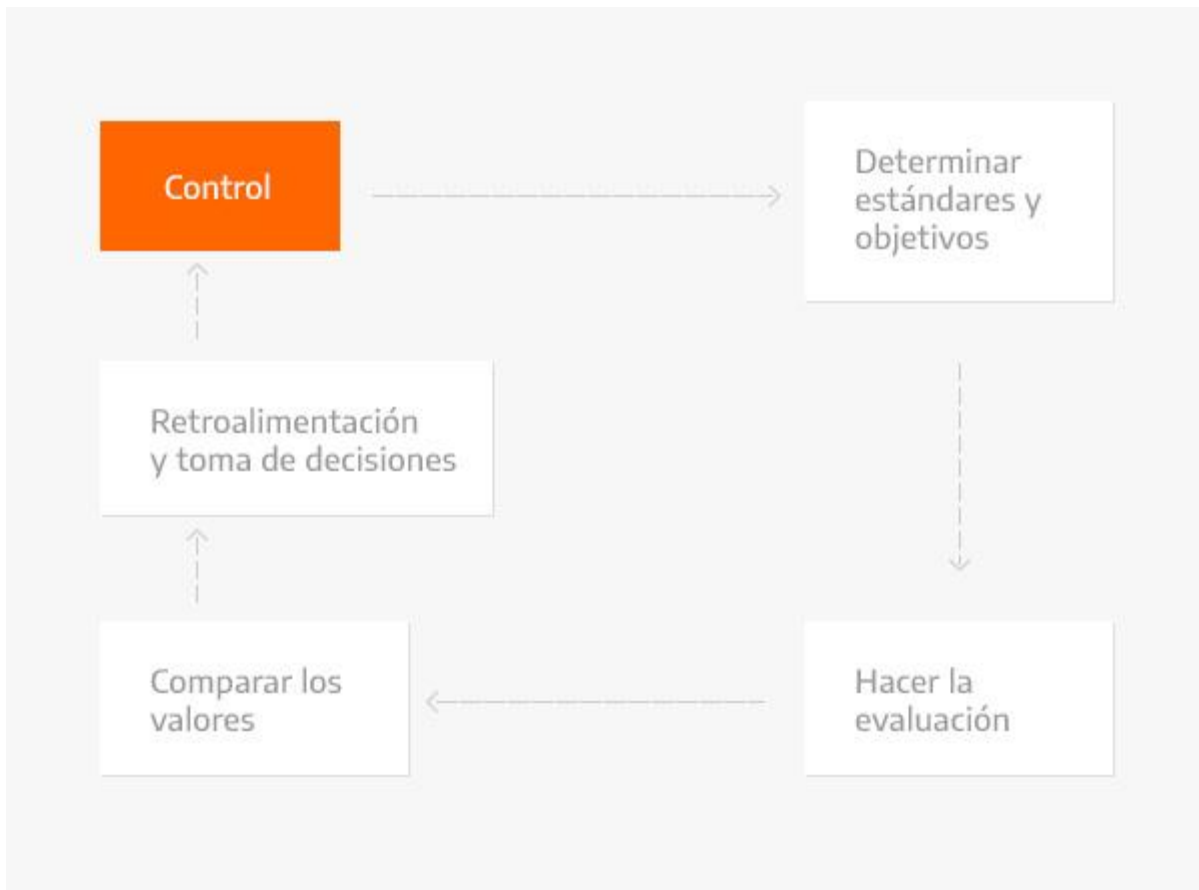
2.6 Tipos de control administrativo

Según la página de internet, www.actualícece.com, existen 3 tipos de controles administrativos:

1. **Control preventivo:** este se realiza antes de hacer alguna acción. Su función es garantizar que el proyecto se lleve a cabo sin correr ningún tipo de riesgo. En este control se debe verificar la disponibilidad de todos los recursos necesarios, teniendo en consideración los costos que deberán asumirse.
2. **Control concurrente:** este control se lleva a cabo durante los procesos. Su función es garantizar que todos se realicen de manera óptima, supervisando las distintas etapas y asegurándose de que no se comprometa la calidad o la seguridad.
3. **Control de retroalimentación:** este control se lleva a cabo una vez finalizado el proceso o actividad. Su objetivo consiste en obtener información acerca del desempeño del proceso y las posibles mejoras a implementar.

2.7 Etapas del control

El control administrativo comprende **4 fases**. Cada una de ellas es de gran importancia para que el proceso sea eficiente:



Fases y etapas del control administrativo según www.actualicese.com:

1. **Determinar estándares y objetivos:** en este primer paso se debe establecer el objetivo de la medición, determinando cuáles son los valores que se esperan obtener al realizar la evaluación del proceso. A partir de ellos se sabrá si el proceso ha resultado o no.
2. **Hacer la evaluación:** tomando en cuenta los valores que se esperan, según lo establecido en los estándares, se realiza la evaluación del proceso o actividad.
3. **Comparar los valores:** una vez que se tiene la medición, es posible comparar los valores con los estándares o mediciones anteriores, para determinar si se está haciendo bien o no.
4. **Retroalimentación y toma de decisiones:** según el resultado al comparar los valores, se podrán hacer ajustes en los procesos. El objetivo es corregir las debilidades y asegurarse de mantener las fortalezas del control administrativo.

2.8 Proceso de control interno

En este apartado se desarrollan los puntos más importantes del control interno de la empresa. Ya que es muy importante conocer los procesos y su aplicación, para que, al momento de evaluar y analizar los resultados de los procedimientos aplicados a las operaciones, se conozca la realidad y éstos sirvan para la toma de decisiones.

En este sentido, el proceso de control interno, se define como el conjunto de acciones, actividades, planes, políticas, normas, registros, procedimientos y métodos, incluido el entorno y actitudes que desarrollan autoridades y su personal a cargo, con el objetivo de prevenir posibles riesgos que afectan a una entidad pública. Autoridades y su personal a cargo, con el objetivo de prevenir posibles riesgos que afectan a una entidad.

2.9 Control interno empresarial

Según el blog “hubspot.es” se define como: todas las actividades que se trabaja en conjunto para el buen funcionamiento de un negocio; y lista los elementos del mismo como sigue:

2.10 Elementos del control interno

- 1.- Ambiente de control
- 2.- evaluación de riesgo
3. información y comunicación
- 4.- actividades de control
- 5.- supervisión y monitoreo

Ambiente de control

La estructura de control interno comienza por el ambiente de control interno, que es la actitud de una compañía frente a los procesos de auditoría

Evaluación de riesgo

En este punto se identifican los puntos claves en los procesos de la empresa en los que es importante llevar a cabo un control exhaustivo, se debe completar un análisis formal de la evaluación de riesgo en caso de que algo salga mal, se deben examinar detalles por ejemplo diagramas de flujo, organigramas etc.

Información y comunicación.

En este punto se recopila información relacionada con los mecanismos de control a través de todas las dependencias de identidad.

Actividades de control

Este control comprende las actividades que realiza el personal que elabora dentro de la empresa para asegurarse de que los controles están surtiendo efecto. Esto es para implementar las mejoras y monitorear su funcionamiento.

Supervisión y monitoreo

Este componente es importante ya que se detectan fallas que se puedan ocasionar dentro del control interno.

En todas las empresas mexicanas es importante un adecuado control interno ya que se pueden evitar fraudes y riesgos, se protegen y cuidan los activos y pasivos los intereses de las empresas, así como también se logra evaluar la eficiencia de la misma

Los retos más importantes que tienen las empresas son las que resguardan sus recursos, además por medio de medidas de control evitamos pérdidas ya que en

muchos casos las empresas fracasan por negligencia o por un mal manejo de control.

El control interno permite que las empresas se concentren en las operaciones financieras, operativas y administrativas para lograr los objetivos de la empresa.

Muchas veces pensamos que las medidas de control son específicamente para las empresas grandes, pero no es así ya que, para nosotros como personas en nuestra vida diaria, contamos con controles que nos llevan a tener resguardado nuestros activos.

Una vez abordado este tema tan importante en la gestión de los negocios, procederemos al tema de la exportación, que precisamente nos permitirá ahondar específicamente en la comercialización hacia el exterior por parte de las empresas.

CAPÍTULO III

EXPORTACIÓN

A continuación, hablaremos acerca de la exportación, es uno de los capítulos más importantes ya que es el tema de la tesis. Definiremos qué es la exportación, cuál es la importancia de esta en las empresas, así como el impacto que esta genera en cada una de ellas, porque aun cuando la empresa no se dedique a la exportación, esta tiene un impacto económico, ambiental (laboralmente hablando) y social representativo dentro de las organizaciones.

3.1 Definición de exportación

Existen economías de exportación y economías exportadoras. Las primeras son aquellas que se dedican a extraer materias primas minerales, agrícolas, o ganaderas que luego exportan del exterior. Generalmente en todo el proceso de industrialización de dichos productos intervienen empresas comerciales.

También puede hablarse de empresas exportadoras y de empresas de exportación. Estas últimas son aquellas a las que los extranjeros les compran sus productos sin tener necesidad de salir a venderlos al extranjero; en todo caso, en este último tipo de empresas el mercado exterior no está dominado por la iniciativa empresarial sino por tendencias coyunturales que, con el paso del tiempo, dejen de ser favorables y hacen desfavorable el negocio de exportación. (Mercado, 1992).

3.2 Aspectos generales de exportación

La exportación no es una actividad técnica, ni un proceso jurídico; tampoco la constituyen acciones de la administración a nivel internacional, que solo tienden a crear un campo propicio para las negociaciones, y aun cuando antes de la exportación o paralelamente a ella es necesario o conveniente el desarrollo de alguna de estas actividades, la exportación es simplemente una venta.

Exportar es vender más allá de nuestras fronteras político-económicas, los principios de la exportación son, los mismos que los de la venta en el mercado interior, la diferencia está en el hecho de que en la exportación es necesario considerar las implicaciones del tráfico de las mercancías y sobre todo en que las áreas del cliente y del proveedor estén sujetas a distinta reglamentación administrativa y seguramente diferentes costumbres y prácticas comerciales.

3.3 Causas de exportación

La exportación, como cualquier efecto, tiene diversas causas. La causa histórica, o clásica, de la exportación radica en la división internacional del trabajo. Ningún país produce todos los productos en las mismas condiciones ventajosas; debe producir aquellos en los que tiene ventajas para al vender estos obtener los que los son de más difícil o más costosa producción.

Pero la causa primordial de la exportación, en este momento, no es otra que la evolución acelerada de la tecnología

El empresario debe saber que no exporta para que el mercado obtenga divisas ni para formar parte de la corriente internacional que, indudablemente, constituyen los exportadores.

El empresario debe utilizar la más moderna tecnología si no quiere ser desplazado del mercado nacional; y la tecnología no es solo una cuestión de procedimientos de fabricación. Mejores maquinas sino también de dirección. Cuando se utiliza tecnología moderna se amplían las series de la producción, generalmente se rebajan los costos y también los precios; pero al emplearse el número de productos es preciso encontrar un mercado más amplio en que colocarlos. Por ello hay que exportar, porque se utiliza tecnología que obliga a la fabricación en grandes series. (Mercado H. 1992:34)

3.4 Finalidad de exportación

La actividad exportadora, es una venta y en la economía del mercado el principal objetivo; el fin es obtener beneficios para la empresa que realiza ventas y exportaciones: esta es la principal motivación de la exportación: ampliar beneficios.

La tendencia mundial, obligada por el avance de la tecnología más que por los principios filosóficos de determinados políticos o profesores, nos lleva a una situación de total independencia y liberalización del comercio.

La empresa de un determinado país que es capaz de exportar a mercados diversificados, con el apoyo normal de su administración, en forma continua y obteniendo beneficios, no tiene por qué temer a una rebaja arancelaria o a una franquicia arancelaria total que permita a la competencia extranjera introducirse en un mercado nacional.

Pero la finalidad actual de la exportación es asegurar el continuo crecimiento de la empresa gracias a la capacidad demostrada al saber conquistar los mercados exteriores hacia los que exporta. (Mercado H. 1992:34-35).

3.5 Formas de exportar

Formas de Exportación. Existen dos formas de exportar, una Indirecta y otra Directa. En la exportación indirecta, existe un operador que se encarga de alguna o todas las actividades vinculadas a la exportación, asumiendo la responsabilidad de la misma.

- **Exportación directa**

La exportación directa se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varias causas entre las que destacan son: contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, el empresario considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación.

- **Exportación indirecta**

La exportación indirecta es utilizada por aquellas empresas que no tiene mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales decir que es el uso por un exportador de otro exportador como intermedio. De esta forma hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor o intermediario también conocido como bróker lo que en si constituye una ventaja competitiva, al emplear facilidades de la informática y las telecomunicaciones en la detención de negocio.

El plan de exportación es la guía o un documento que le muestra al empresario hacia donde debe dirigir su esfuerzo exportador, y como competir con sus productos y servicios en el mercado internacional a fin de lograr el éxito (exportaciones seguras, en incremento y rentables).

Es uno de los documentos más complejos de la planeación estratégica, puesto que la empresa forma parte activa en los factores del entorno internacional, que antes se consideraban lejanos y con reducida relevancia para ella. En las exportaciones, la empresa se acertadas en el ámbito exterior, lo cual supone una mayor capacidad de toma de decisiones acertadas, más información mejor capacitación del personal, entre muchas otras exigencias. (Lerma A. 2012:539-540).

3.6 Características del plan de exportación

Para que el plan de exportación sea útil y determinante en el éxito comercial internacional de las empresas debe ser sencillo, realista y congruente. La eficiencia suele estar reñida con lo difícil, complejo e innecesariamente extenso.

El desarrollo del plan óptimo para la empresa requiere tanto del conocimiento de las capacidades propias como de las características y situaciones presentes en el mercado internacional; integra un cuerpo de conocimiento sobre el que se aplica la inteligencia, astucia y audacia para distinguir, aceptar y enfrentar los retos que supone abrir nuevos mercados para aprovechar el potencial de negocios que ofrecen.

3.7 Elementos o capitulado del plan de exportación

Aquí se describe la serie de datos y definiciones para preparar un plan de exportación eficaz.

- Definición de lo que la empresa desea en la exportación a partir de la definición de la visión y objetivos.
- Metodología que se habrá de utilizar para desarrollar el plan y para ser la investigación respectiva.
- Análisis de los elementos de la mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción, agregando proceso, personal y ambiente físico para exportación de servicios); obviamente enfocados al esfuerzo exportador. No se debe olvidar que el plan de exportación es, en esencia, un plan de marketing preparado para la promoción, venta y comercialización de la oferta de la empresa, cuando el mercado meta está fuera de las fronteras del propio país.
- Información interna respecto a las potencialidades y potencial de la organización para lanzarse a la conquista de mercados en el exterior.

- Información sobre los mercados meta y su entorno las regulaciones aplicables a los procesos de exportación-importación y la logística requerida y aplicable. (Lerma A. 2012:540-541).

3.8 Seis recomendaciones para exportar

Antes de iniciar la descripción de cada uno de los mercados internacionales, conviene enfatizar en seis recomendaciones aplicables a cualquier mercado de exportación.

- Que se conozca los patrones culturales de su posible comprador (mercado meta).
- Que se escoja el o los productos adecuados para su posible comprador
- Que estudie el mercado meta
- Que asista a ferias y misiones internacionales
- Que prepare una buena oferta
- Que sea serio y profesional en sus tratos comerciales, cumpla con lo que se compromete y no trate de cambiar las reglas del juego. (Lerma A. 2012:241)

3.9 Proceso de exportación e importación

- Evaluación interna de la empresa
- Selección de los productos a exportar
- Selección de mercado meta
- Desarrollo de estrategia para introducirse en el mercado meta
- Promoción de exportaciones
- Cotizaciones
- Negociación
- Pedidos y contratación
- Producción y asignación de mercancía para surtir pedido

- Activación proceso para pago
- Envase embalaje y rotulación
- Preparación de la documentación
- Expedición interna de la mercancía
- Tramitación aduanal
- Embarque al país importador
- Transporte internacional
- Arrobo al país de destino
 - Pagos de impuestos de importación
- Transporte de la mercancía al almacén del importador
- Tramitación y distribución de la mercancía en el mercado meta
- Pago. (Lerma A. 2012:581)

3.10 Factores para la exportación.

El mecanismo para exportar se finca en una serie de investigaciones y análisis que el exportador deberá realizar y que le permitirán tener una certeza de sus posibilidades de venta. Deben tomar en cuenta tanto los factores externos como los internos:

- **Factores externos:**

1. Comportamiento de las importaciones en el mercado seleccionado, cuando menos durante los tres últimos años.
2. Impuestos a la importación, permisos, cuotas, depósitos previos y además mecanismo de control vigentes en el país bajo análisis.
3. Presentación comercial, normas de calidad y disposiciones para empaque y embalaje aplicables al artículo que se pretende exportar en el mercado elegido.

4. Convenios comerciales de crédito recíproco, interbancarios, sistemas generalizados de preferencias arancelarias y demás mecanismos similares aplicables a los productos que se han escogido.
5. Formas de facturación y pago, usuales en el mercado bajo análisis y cotizaciones imperantes para el producto correspondiente y volúmenes respectivos.
6. Canales de distribución, formas de publicidad y promoción empleados para la venta de mercancías análogas o similares en el mercado seleccionado.
7. Ferias y exposiciones especializadas que se lleven a efecto en el mercado que se seleccione y misiones comerciales de importación o exportación que visiten nuestro país o que vayan a ese mercado en cuestión.

- **Factores internos:**

1. Régimen arancelario de exportación para el producto específico que se trate, permisos, certificados y demás requisitos aplicables.
2. Estímulos y ayudas a la exportación establecidos por el gobierno mexicano: fiscales, financieros, de transporte y de promoción de ventas.
3. Medio de transporte más adecuado para el envío de los productos exportables, análisis de fletes, periodicidad y clase de servicio, facilidades portuarias y transporte correspondientes.
4. Seguro de créditos para exportación: costos de manejo aduanal; investigación y desarrollo de empaque y embalaje para exportación, así como costo del mismo.
5. Estructuración del diagrama de procedimientos para la tramitación de exportación respectiva.
6. Estructuración de la oferta de exportación. (Mercado H. 1991:266-267)

3.11 Documentos que se requieren en el proceso de la exportación.

Es importante contar con una estrategia de comercio exterior, el respaldo de un agente aduanal, además de buenas medidas de seguridad para el traslado de la mercancía

Ahora bien, para iniciar con el proceso, es indispensable el cumplimiento de diferentes requisitos para exportar a Estados Unidos, Alejandro Lerma en su literatura “Mercadotecnia Internacional” (2012), menciona varios que a continuación se mencionan:

Para facilitar el llenado de los diferentes documentos utilizados en el proceso de exportación, el Departamento de Facilitación de Exportaciones ha preparado guías prácticas para el llenado correcto de documentos de exportación, cumpliendo los reglamentos y estándares comerciales para el trámite aduanero exitoso

A continuación, daremos a conocer algunos de los documentos más importantes para el proceso de exportación.

- **Carta de instrucciones o de encomienda al agente aduanal**

Es el documento en el cual el exportador y el importador proporcionan la información a sus respectivos agentes aduanales; con el fin de que procedan a realizar en ‘su nombre la tramitación necesaria para desaduanar la mercancía en la aduana de salida, si se trata de exportación, o de arribo, si se trata de importación.

En la carta se detallan cada una de las instrucciones como son:

- Régimen a destinar
- Datos fiscales de la empresa exportadora
- Valores de la mercancía
- Peso de la mercancía

- Fracción arancelaria
- Factura comercial

Es el documento que confiere y demuestra la propiedad legal de la mercancía que se exporta.

- **Pedimento de exportación**

El documento oficial en que se solicita a la autoridad aduanera que autorice la salida (desaduanización) de la mercancía, y en el cual se describe el producto objeto de la operación comercial internacional y se clasifica de acuerdo con el código aduanero que opera en el país para su registro y, en contados casos, para el pago de algún arancel y las exportaciones de cierto tipo de mercancía.

- **Carta de porte**

Es la guía aérea, talón de ferrocarril o carta porte, según corresponda el tipo de transporte o transportes internacionales para la mercancía a exportar, con el cual el transportista se responsabiliza de la posesión de la mercancía durante el viaje de estas hacia el mercado meta.

- **Certificado de origen**

Es el documento que demuestra la procedencia nacional o regional del producto en los términos y porcentajes que establecen determinados acuerdos comerciales internacionales, con el fin de aprovechar las ventajas arancelarias y no arancelarias que se establecen entre países firmantes.

- **Lista de embarque**

Es la relación de los productos contenidos en cada unidad de embalaje.

- **Documentos de transporte**

Es importante pedir la documentación al transportista tal como es:

Título de consignación

Lista de embalaje

Conocimiento de embarque

Carta de porte (por carretera, marítimo o aéreo)

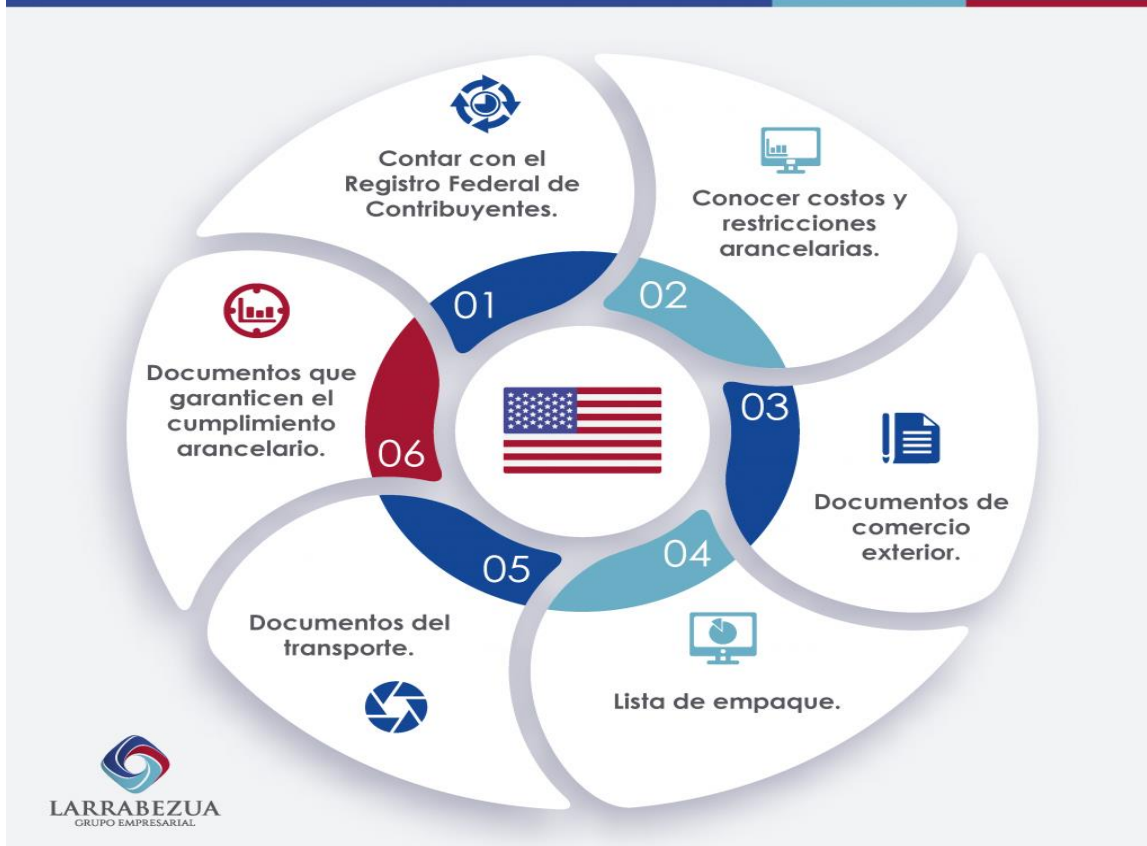
Certificado de póliza de seguro de transporte

- **Documentos que garanticen el cumplimiento arancelario**

Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, tales como: certificados sanitarios, certificados de calidad, permisos, etc. (Lerma A. 2012:583-584)

Figura 1.1 Requisitos para exportar a Estados Unidos.

Requisitos para exportar a Estados Unidos



Recuperado de: <https://www.larrabezua.com.mx>

3.12 Tramitación aduanal

La tramitación aduanal comprende la serie de acciones y documentos necesarios para que la autoridad aduanera permita la entrada o salidas de mercancía de un país.

Dicho proceso se lleva a cabo de la siguiente manera:

- 1). El exportador informa por escrito al agente aduanal el trámite de exportación que requiere para ello elabora una carta de instrucciones.

- 2). Con base a dicha carta el agente aduanal formula el pedimento de exportación haciendo la clasificación arancelaria de la mercancía que se desea exportar.
- 3). El agente aduanal acude a las oficinas aduanales por donde habrá de pasar la mercancía, para tramitar la salida correspondiente y prestando la documentación necesaria.
- 4). Un oficial aduanero revisa la documentación por efecto de algún error o inconsistencia, de ser así realizar las correcciones correspondientes.
- 5). Si la documentación es correcta se hace la revisión física de la mercancía.
- 6). La revisión física de la mercancía fue correcta y no se encontraron algunas inconsistencias, la autoridad aduanera autoriza su salida y se procede a estibar los paquetes de exportación en el transporte que habrá de llevarlos a su país de destino.
- 7). Una vez que la mercancía está en el medio transporte, se hace entrega en la aduana correspondiente indicando todos los detalles de la mercancía que se desea introducir en el país.
- 8). El importador formula la carta de encomienda correspondiente indicando todos los detalles de la mercancía que se desea introducir en el país.
- 9). Una vez que la mercancía está en el país de destino permanece en la aduana hasta que la gente aduanal extranjero realiza los trámites necesarios para introducirla al país.
- 10). Se hace el pago de arancel de importación, el pedimento de importación a la autoridad aduanal y demás documentación requerida.
- 11). Después de recibir y revisar documentación correspondiente se hace la revisión física de la mercancía por la autoridad aduanal.
- 12). Se revisa que la mercancía corresponda con la documentación presentada.

13). Si todo es correcto se hace la desaduanización y esta es entregada al transportista local para que este a su vez la entregue en el lugar de destino.

La tramitación aduanal comprende la serie de acciones y documentos necesarios para que la autoridad aduanera permita la entrada o salida de mercancía de un país.

1. El exportador formula una carta de encomienda (instrucciones a su agente aduanal).
2. El agente aduanal formula pedimento de exportación.
3. Presenta pedimento de exportación a la autoridad aduanera.
4. Realizar las acciones correctivas que correspondan.
5. Revisión física.
6. La autoridad aduanera autoriza salida de la mercancía.
7. Maniobras y transporte internacional.
8. El importador formula carta de encomienda (instrucciones a su agente aduanal).
9. La mercancía llega al puerto o aduana de destino.
10. Pago de arancel
- Agente aduanal del importador presenta documentación a la autoridad aduanera.
11. Revisión física.
12. La autoridad aduanera autoriza la entrada de la mercancía.

El proceso se inicia cuando, con base en una operación de comercio internacional, el exportador (vendedor) prepara y remite una carta de encomienda o de instrucciones al agente aduanal que le presta servicio. (Lerma A. 2012:578-579)

3.12.1 Aranceles

Comercializar productos a nivel internacional tiene diversas implicaciones y una serie de pasos, así como de requisitos que se deben cumplir.

Una de las más importantes cuando se trata de definir destinos de exportación es tomar en cuenta las políticas arancelarias del país desde donde se va a exportar e importar.

Para la Organización Mundial del Comercio, los derechos de aduana aplicados a las importaciones de mercancías se denominan aranceles. Los aranceles proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, y constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos.

Un Arancel Aduanero va a tener por tanto un efecto directo sobre la producción dado que los productos importados se encarecen por lo que la producción nacional es (como mínimo) igual de competitiva que la importada. Además, el Arancel incide directamente sobre el consumo de los productos que se importan, puesto que un nivel de Arancel alto lo que provoca es desincentivar el consumo de ese producto, remplazándolo por otro de características similares, pero de producción nacional.

3.12.2 Derecho aduanero

Según la página de internet www.medium.com, el Derecho Aduanero es un conjunto de normas jurídicas que regulan por medio de una aduana las actividades que se relacionan con el comercio exterior, la entrada y salida de mercancías al territorio nacional, los medios y tráfico en que dichas mercancías se conducen, así como las personas que intervienen en todo el proceso de importación y exportación, siendo los importadores y exportadores personas físicas o jurídicas, con las autoridades administrativas y financieras. El Derecho Aduanero está fundamentado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y es regulado por la Ley Aduanera y su Reglamento, el Código Fiscal de la Federación y la Ley de Comercio Exterior.

Dentro de las actividades que realiza el Estado en relación con el comercio exterior y las mercancías que se introducen y extraen del país en sus diferentes regímenes aduaneros se encuentran las actividades:

- **Económicas.** - Son aquellos procesos mediante los cuales se crean los bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de los consumidores.
- **Fiscales.** - Recaudación de los impuestos al comercio exterior, beneficiando al gobierno.
- **Sociales.** - Es aquella que se realiza para obtener los medios para satisfacer las necesidades de una sociedad.
- **Financieras.** - Conjunto de elecciones o decisiones económicas que se materializan en la realización de ingresos y gastos públicos.
- **De higiene pública.** - Esta función consiste en impedir la entrada de productos nocivos a la salud o que por alguna circunstancia estén infestados.

Todas las actividades que se realizan tienen un proceso, desde el transporte en el que se conducen hasta las personas que intervienen en la actividad, estas personas son los importadores y exportadores, también conocidos como destinatarios o remitentes. Quienes importan o exportan mercancías al territorio nacional, están obligados a declarar, presentando un documento aprobado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público denominado pedimento. Este documento debe de contener todos los datos relacionados con la mercancía (precio, marca, modelo, etc.), la determinación de los impuestos al comercio exterior, la clasificación arancelaria y el señalamiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias a las que estén sujetas las mercancías.

3.12.3 Barreras arancelarias

Barreras arancelarias: son los impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías. Conocer este tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado puede ser relativamente fácil, toda vez que se encuentran en un arancel o tarifa arancelaria. En este sentido, el arancel o tarifa arancelaria puede considerarse como el instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador.

3.12.4 Barreras para - arancelarias (o no arancelarias) Luego de las sucesivas rondas de negociaciones en el GATT (hoy OMC) los aranceles a las importaciones fueron disminuyendo, cobrando importancia las barreras paraarancelarias o no arancelarias. Se consideran barreras no-arancelarias todas aquellas medidas (diferentes del arancel) que impiden el libre flujo de mercancías entre los países. También se incluyen las medidas que estimulan artificialmente la producción y el comercio. Las barreras no-arancelarias, por su naturaleza, más difíciles de conocer, interpretar y cumplir. Por lo mismo, no son tan transparentes, ofrecen poca certidumbre y muchas veces no resulta fácil interpretarlas, lo que puede dificultar su cumplimiento. El número de barreras no-arancelarias existentes es muy amplio. No obstante, algunas son más conocidas y se emplean con frecuencia en el comercio internacional de mercancías. Las barreras no arancelarias pueden ser cuantitativas y cualitativas, formales o informales, legítimas o ilegítimas, etc.

3.13 Comercio

Para www.conceptode.com, el comercio como el “conjunto de los actos de intermediación entre el productor y el consumidor ejercidos habitualmente y con propósito de especulación”, lo que promovía y desarrollaba la circulación de la riqueza con el objetivo de facilitar y acelerar la demanda y la oferta.

El comercio es toda forma de actividad económica consistente en el intercambio o la transferencia de bienes o servicios entre los distintos actores económicos posibles. Es una de las actividades humanas más antiguas y fundamentales para el establecimiento de las primeras economías, así como para el flujo y la expansión de las culturas.

3.14 Comercio Internacional

Comprende tanto a la exportación, que corresponde a la venta de los productos (bienes o servicios) originarios de un país a clientes situados en otro país, como la importación, que es la compra de bienes o servicios a un proveedor originario de un país distinto al del comprador.

Esta obra se enfoca esencialmente en la exportación, asignatura compleja compuesta sobre todo por tres tipos de elementos: marketing internacional, derecho internacional aplicado a las transacciones comerciales y logística de exportación. (Lerma A. 2012:07-08)

3.15 Comercio Exterior

Comercio exterior consiste en un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una "frontera". Como frontera se conoce tradicionalmente la aduana, límite geográfico a través del cual cada estado pretende controlar o dificultar la entrada o salida de productos. No obstante, también se ha de mencionar otra clase de obstáculos distintos de las aduanas: por ejemplo, aunque los bienes comercializados no tengan que pasar por una aduana o no deban pagar al menos derechos arancelarios en virtud de un tratado de libre comercio suscrito con el país de donde son originarias las mercancías, los suministradores pueden estar obligados a que sus productos cumplan determinadas normas técnicas distintas de las preceptivas en el país de origen de las mercancías. También se suelen establecer controles sanitarios a los productos alimenticios, los cuales con la excusa de proteger la salud de los consumidores se

emplean con frecuencia para frenar el acceso al mercado doméstico de determinados productos extranjeros.

3.16 Importancia del comercio exterior para las empresas

Es importante la importación como la exportación ya que son indispensables para las empresas y para su realización, además se necesita ejecutar operaciones por medio de una serie de pasos tales como las importaciones distribuidores y exportadores entre otros.

3.17 Mercado internacional

El mercado es el espacio físico o conceptual donde se realizan o desean realizar las transacciones comerciales, lo cual incluye al conjunto de compradores o posibles compradores, sus necesidades, capacidad de compra, usos y costumbres, canales de distribución y segmentación, y a los competidores.

El concepto de mercado en el marketing internacional comprende a un lugar ubicado en uno o varios países distintos al país del oferente. (Lerma A. 2012:199)

3.18 Tratados de Libre Comercio suscrito por México

Como ya sabemos el Tratado de Libre Comercio (T-MEC) es un acuerdo comercial que describe la relación entre uno o más países para eliminar barreras arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios.

El tratado del libre comercio permite que las transacciones se realicen de manera legal también ~~nos~~ permite aumentar la comercialización de productos internacionales, se genera más empleo, mejora el bienestar de la población, así como bajar los precios que paga el consumidor por los productos que no se producen en el país.

Michoacán ha sido uno de los Estados de México que ha sabido aprovechar este tratado, puesto que, las frutas que ha producido durante varias décadas, como por ejemplo, el limón, papaya, y mango entre otros, las ha enviado a América del norte

y con ello ha elevado el nivel económico de los estados en cuestión; dando a conocer su gran calidad y excelencia es que ha generado mayores relaciones comerciales, también, abona el tratamiento en su cadena de suministro hasta llegar a manos de los clientes.

El artículo XXIV del GATT **General Agreement on Tariffs and Trade** (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) permite la creación de unión aduanera y zonas de libre comercio, como excepción a los principios de “nación más favorecida y “trato más favorable”, este tipo de agrupaciones estatales es el establecer un régimen aduanero especial permitiéndola desgravaciones paulatinas de bienes y servicios y facilitando el movimiento de bienes, movimientos e incluso personas. Las zonas de libre comercio en los siguientes términos:

- 1) Se entenderá por unión aduanera, la substitución de dos o más territorios aduaneros por un solo territorio aduanero.
- 2) se entenderá por zona de libre comercio, un grupo de dos o más territorios aduaneros entre los cuales se eliminan los derechos de aduana y las demás reglamentaciones comerciales restrictivas.

3.19 Tratado del Libre Comercio de América del Norte (T-MEC)

México, Canadá y Estados Unidos firmaron el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el 17 de diciembre de 1992 entrando en vigor el 1 de enero de 1994.

A partir de la firma del TLCAN los tres países han trabajado conjuntamente para incrementar su competitividad y el bienestar de sus ciudadanos.

En 2012, el comercio trilateral ascendió a \$1,056 mil millones de dólares, cifra récord, experimentando un crecimiento de 265% desde su entrada en vigor.

Actualmente México es el segundo socio comercial de Estados Unidos.

Comisión de Libre Comercio de América del Norte

El órgano rector del tratado es la Comisión de Libre Comercio de América del Norte (CLC). La última reunión se realizó el 3 de abril de 2012 en Washington, DC, en la que los secretarios de Economía de México, de Comercio de Estados Unidos y el ministro de Comercio Internacional de Canadá emitieron una declaración conjunta.

Adicionalmente se cuenta con otros dos órganos trilaterales:

1. Acuerdo de Cooperación Laboral de América del Norte

El Acuerdo de Cooperación Laboral de América del Norte (ACLAN) fue firmado el 14 de septiembre de 1993 y entró en vigor a la par que el TLCAN. Fue el primer acuerdo internacional sobre asuntos laborales ligado a un tratado internacional de libre comercio.

El acuerdo estableció la Comisión para la Cooperación Laboral, un organismo internacional integrado por un Consejo Ministerial, el cual está conformado por los ministros de trabajo de los tres países y se encarga de la formulación de políticas y de la toma de decisiones.

2. Acuerdo de Cooperación Ambiental de América del Norte

El Acuerdo de Cooperación Ambiental de América del Norte (ACAAN) fue firmado en 1993 por México, Canadá y Estados Unidos.

Este acuerdo dio lugar a la creación de la Comisión para la Cooperación Ambiental (CCA) que tiene el propósito de atender los asuntos ambientales de preocupación común, contribuir a prevenir posibles conflictos ambientales derivados de la relación comercial y promover la aplicación efectiva de la legislación ambiental en los tres países. mex-eua.sre.gob.mx/index.php/tlcan.

La exportación constituye en la actualidad un atractivo medio para que las empresas alcancen una mayor eficiencia es necesario poner atención en las

cotizaciones, saber diseñar la presentación del producto y tener en cuenta los procesos de empaçado ya que el producto tiene que llegar en buenas condiciones a su destino y la empresa tiene que tomar en cuenta todo lo necesario para que el producto tenga el cuidado necesario.

CAPÍTULO IV

CASO PRÁCTICO

El caso práctico que se presenta en este capítulo, se desarrolla por medio de una investigación de campo que incluyó observar directamente el proceso que implica la comercialización al exterior del mango. Además de realizar una investigación de la organización que regula la producción, transportación, empaque, y manejo de la fruta, es decir, desde que se preparan los árboles para la cosecha, hasta que llega al consumidor final.

Se toma como base el método científico, puesto que se comprobarán hipótesis a partir de un problema; para efectos de contextualizar el ámbito general, se comparte un preámbulo de la empresa, sus generalidades y conceptualización del fruto en cuestión.

4.1 Historia del Mango

En México una de las frutas más finas y sabrosas de mundo es el mango ya que a muchas personas les gusta esta fruta por su sabor, olor y textura.

El mango tiene 6 variedades entre ellas es el mango Haden, Tommy Ataulfo Kent criollo, mamila, pero la empresa frutas selectas santa Casilda solo maneja el mango Haden Tommy Ataulfo y Kent.

La empresa frutas selectas santa Casilda SPR DE RL, desarrolló esta fruta a través de sistemas de irradiación, donde lo preparan en la planta de Benebion de San Luís Potosí, para conservar libre de plaga el producto.

4.2 Características

Según la página de internet www.mango.org, el mango es una fruta rica jugosa y pulposa que además de eso tiene vitaminas A y C, cuenta con hidratos de carbono la cual la convierte en una alta fuente de calorías.

Cada variedad de mango tiene diferente color sabor olor y textura.

A continuación, describiremos ampliamente cada una de estas variedades de mango.

- **Haden:** esta variedad de mango es una fruta ovalada, su peso es entre 400 a 650 gramos color amarillo color rojizo su pulpa es jugosa su sabor es ácido y de buena calidad.

Figura 4.1 Mango Haden



Fuente: www.mango.org

- **Tommy:** es originario de florida es una fruta que mide aproximadamente 13 centímetro de largo su peso ideal es de 450 a 700 gramos, tiene un color morado rojizo su cascara es gruesa y tiene un sabor pulposo.

Figura 4.2 Mango Haden



Fuente: Toma propia

- **Ataulfo:** esta fruta su peso es de 350 gramos, es pulpa es de consistencia firme con muy poco contenido fibras su cascara es gruesa su color es amarillo.

Figura 4.3 Mango Ataulfo



Fuente: Toma propia

- **Kent:** es una fruta que mide 14 metros o más de longitud con un peso es de 670 gramos, es redonda su color es verde amarillento su sabor es muy dulce.

Figura 4.4 Mango Ataulfo



Fuente: Toma propia

4.3 Antecedentes y generalidades de la empresa

La empaedora se fundó en el año 2000 como productores de Mango de Santa Casilda A.A. (Asociación Agrícola), este empaque se encuentra ubicado en Santa Casilda, municipio de Gabriel Zamora. Los socios decidieron cambiar de razón social ya que ellos consideraron que no era factible ese nombre, puesto que, implicaba un plural social y el mercado podría confundirse en ese sentido.

La empresa se constituyó el día 25 de febrero del 2019 como una “Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada”; es una empresa mexicana cuenta con 10 socios, y más de 22 años de experiencia en la producción y comercialización de mangos.

Frutas selectas, SPR de RL, mantiene una mejora constante en la calidad y selección en sus productos, a través de la incorporación de protocolos que garantizan la inocuidad alimentaria en la empresa y sus procesos.

La empresa se dedica al cultivo, empaque y exportación de mango, para lograr ello, realiza un conjunto de procesos y procedimientos, así como también, una gran variedad de recursos, financieros, materiales, tecnológicos y humanos, para lograr satisfacer las necesidades del consumidor final, y así, lograr la obtención de ganancias garantizadas.

Además, la empaedora fruta selectas, Santa Casilda, SPR de RL, ofrece constantemente mango de diferentes variedades, como es, Haden, Tommy, Ataulfo y Kent.

Razón Social	SPR DE RL (sociedad de Producción Rural de
---------------------	---

	Responsabilidad Limitada)		
Razón Comercial	Frutas Selectas Santa Casilda de SPR de RL		
Sector y Subsector a la que pertenece según Secretaria de Economía	Nivel	código	texto
	Sector	11	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal pesca y caza.
	Subsector	111	agricultura
	Rama	113	Cultivos frutales nueces
	Clase de actividad	111333	Cultivo de mango
Tipo de Empresas	Tamaño	Sector	número de trabajadores
	Micro	Todas	10
	Pequeña	Comercio	De 11 a 30
		Industria y servicio	De 11 a 50

	Mediana	Comercio	Desde 31 a 100
		Servicio	Desde 51 a 100
		Industria	Desde 51 a 250
Fecha de institución	En el año 2019		
Consejo de administración	Licenciada Blanca Esthela Tamayo Canela		

Fuente: elaboración propia con datos frutas selectas SPR de RL.

La empresa Frutas Selectas Santa Casilda SPR de RL realiza actualmente exportaciones de mangos al mercado de Canadá, por lo que esta sería expandir el mercado hacia Los Ángeles California de los Estados Unidos de América respaldada por la calidad del producto a ofertar, ya que “frutas selectas” tiene la MISIÓN de comercializar mangos de primera calidad desde Michoacán.

4.3.1 Situación actual de la Empresa

Frutas selectas Santa Casilda S.P.R. DE R.L. es una empaedora que exporta mango a Canadá, tiene más de 6 años trabajando con el cliente de ese país, esta empaedora maneja variedad de mango como es haden Tommy Ataulfo y Kent, a esta fruta se le da un proceso desde la huerta certificada hasta llegar al empaque para después darle su proceso adecuado para finalmente llegar a su destino final.

El mango se produce en zonas cálidas y húmedas, en el caso de México la mejor zona para cosechar el mango es Michoacán.

La temperatura adecuada cuyo factor es muy considerado, es de 26 a 32 grados y requiere de agua para su fácil productividad natural.

4.3.2 Visión

Lograr ser una empresa de reconocimiento mundial, consolidada socialmente responsable y comprometida con la mejora continua, garantizando la entrega de frutos con la mejor calidad. (Manual de Organización de la empresa 2021)

4.3.3 Misión

Ser la mejor empresa de empaque y comercialización de mango, cubriendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes, sosteniendo la calidad, basados en nuestra capacidad de almacenaje, distribución y compromiso de nuestro personal.

FRUTAS SELECTAS SANTA CASILDA S.P.R. DE R.L. tiene como misión suministrar frutas frescas de con calidad de primer nivel a los mercados internacionales mediante innovación, versatilidad e inocuidad en los procesos de empaque brindando a nuestros clientes un legado de confianza y satisfacción.

Del mismo modo aplicar a nuestros empleados trabajando en equipo para lograr la excelencia. (Manual de Organización de la empresa 2021).

4.3.2 Identificación de la Organización Actual.

Una vez realizado un recorrido por las áreas de la empresa, e indagado con las personas que coordinan los departamentos, se identificó la presente estructura organizacional.

La empresa frutas selectas Santa Casilda se gesta a través de las siguientes áreas:

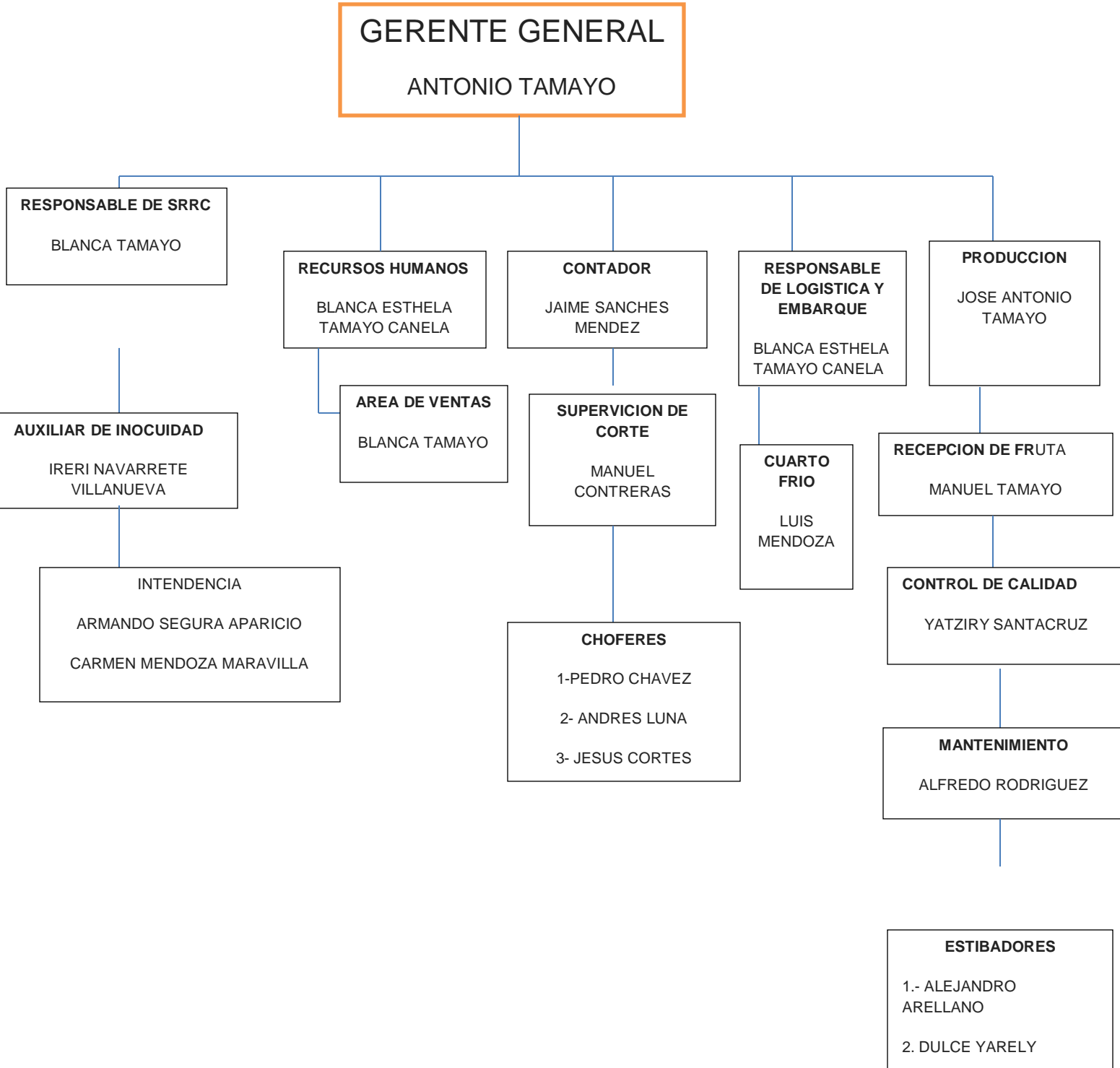
- 1 Vigilancia
- 2 Recepción
- 3 Sala de juntas
- 4 Oficinas administrativas.
- 5 Área de empaque.
- 6 Área de reciba.
- 7 Comedor.
- 8 Área de almacenes.
- 9 Cámaras de refrigeración y entrega.

Figura 4.3 Infraestructura de la empresa (frente).



Fuente: Toma propia

En la siguiente figura se presenta el ORGANIGRAMA actual de la Empresa Frutas Selectas Santa Casilda SPR de RL.



4.4 Análisis FODA de la Empresa

El análisis FODA nos permite conocer 4 aristas de la empresa, que son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa FRUTAS SELECTAS SANTA CASILDA, este se expone con la intención de verificar elementos que permitan integrar una estrategia para la comercialización al exterior.

A continuación, se dará a conocer detalladamente cada uno de los principales factores que se consideran más importantes en la empresa.

<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>1.-Falta de conocimiento por parte de los cortadores de campo.</p> <p>2.- Escaso esfuerzo publicitario</p> <p>3.- Cuota en el mercado</p> <p>4.-No se cuenta con una tina hidrotérmica para poder exportar a los Estados Unidos.</p>	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>1.- Precio bajo en el mercado</p> <p>2.-No obtener el certificado de global GAP para poder exportar</p> <p>3.- Situación negativa del país</p>
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>1.- Buenas relaciones con los clientes y proveedores.</p> <p>2.- Personal formado.</p> <p>3.-Excelente calidad de mango.</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>1.- Alto ritmo de crecimiento de mercado.</p> <p>2.- Interés del mango de Michoacán hacia los Estados Unidos.</p>

4. Buen precio de venta.	
--------------------------	--

4.5 Planteamiento del Problema

La empresa ha realizado diversos intentos de exportar con los recursos que considera pertinentes, se ha visto en la necesidad de corregir acciones administrativas, puesto que se ha negado el acceso al mercado internacional. Esto determina que, hay atención en actividades secundarias que no abonan directamente al logro de la misión de la comercialización internacional. Debido de la causa expuesta, las personas de las áreas de la empresa no han enfocado todos los esfuerzos en el objetivo, puesto que extienden los tiempos de atención de las prioridades de su área, y obviamente, utilizan la mayoría del tiempo para verificar información en sus subsistemas por los que fueron contratados y/o invitados por la empresa, entre otras cosas, esto limita a la eficiencia en la comercialización al exterior de la fruta.

En este mismo sentido, para el logro de los procesos de comercialización, se carece de un esquema y/o proceso de los trámites concernientes al logro de la puesta de la fruta en el mundo, en específico, para los Estados Unidos, mismo que, por su ausencia, ha dificultado que el personal que ha intentado realizarlos tenga mayores herramientas. Los trabajadores involucrados en la empresa no suelen llevar una secuencia porque, la misma ha crecido exponencialmente, y simplemente utilizan el “lo que urge” para elaborar diversas actividades, que si bien es cierto les han funcionado de manera promedio o pasable, pero, no se tienen estándares formalizados; se carece de una coordinación enfocada hacia la comercialización internacional, ya que hay muchos interesados en el tema, pero pocos capacitados, mismos que desconocen los procesos o realizan los trabajos

con rapidez, y en diferentes ocasiones, han logrado diversos objetivos, pero, el de poner el producto en el exterior no.

La organización fue creciendo de manera considerable, logrando el abastecimiento de clientes nacionales diversos, durante más de dos décadas, mismos que, han manifestado su satisfacción. La corporación ha decidido incorporarse a la venta de su producto al exterior, pero no se tienen los planes establecidos de manera formal, entonces, se tiene moción, pero no el estándar de calidad.

Por lo anterior, es necesario que se identifique con qué elementos documentales y organizativos que se requieran para participar en el mercado de Los Ángeles, California, en los Estados Unidos, y, de esta manera, se alcance la visión de la empresa en la arista de la comercialización.

4.6 Pregunta de Investigación

¿Cuáles son los documentos y trámites que le faltan a la empresa FRUTAS SELECTAS SANTA CASILDA SPR DE RL para exportar su producto a la ciudad de los Ángeles, California de Estados Unidos?

4.7 Hipótesis

La efectividad en la comercialización internacional de mango en los Estados Unidos, depende del cabal cumplimiento de los lineamientos, trámites y documentos referentes.

4.8 Objetivo General

Conocer la situación actual de la empresa para identificar qué documentación o certificación necesita para la exportación a Estados Unidos.

4.9 Objetivos Particulares

- 1.-Conocer qué certificaciones de exportación posee la empresa.
- 2.-Identificar la documentación que se requiere para la exportación.

3.- Conocer las áreas de oportunidad que tiene la empresa en función del comercio exterior.

4.10 Método de Investigación

Este proyecto de investigación estará basado en una investigación descriptiva ya que se estudiará y detallará un proceso, que, en sí, han sido poco estudiado y únicamente existen modelos informales y empíricos relacionados con el mismo.

La investigación descriptiva “Busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al., 2006, p.102).

4.11 Fuentes de Datos

Para poder conocer los datos que se requerirán al llevar a cabo la investigación, se necesitarán fuentes primarias. Dichas fuentes se encuentran descritas a continuación con base en Hernández, Fernández y Baptista (2006).

Se utilizarán las fuentes primarias, para obtener información general de la empresa e indagar el proceso concerniente al comercio exterior en los lineamientos legales nacionales e internacionales, desde su formato hasta el fondo (contenido).

En primera instancia, se acudirán con las personas de la empresa que han trabajado la comercialización en otros mercados, también a los archivos documentales físicos y electrónicos concernientes a lo anterior descrito, y, en segunda, se analizará la literatura, de autores que enfoquen contenidos en referencia al comercio exterior, mismos que podremos encontrar resumidos en el marco teórico de este documento.

4.12 Entrevista a Encargada de Logística.

La entrevista fue realizada a la encargada de logística de la empresa Frutas Selectas Santa Casilda S.P.R. de R.L. La cual tiene más de 12 años trabajando en esta empresa, tiene experiencia y conocimientos en el campo de la exportación de mango, pero en otros mercados (Canadá).

1.- ¿Cuál es el objetivo de comercio exterior?

La empresa tiene como objetivo principal de comercio exterior proporcionar su producto al mercado de Los Ángeles de los Estados Unidos de América, dando a conocer la calidad de fruta a precios accesibles.

2.- ¿Cuál cree que es la estrategia promocional idónea del producto?

La empresa debe dar a conocer su producto por medio de redes sociales como el Facebook Twitter etc. Además, conseguir nuevos compradores en Estados Unidos, para que así, la empresa logre insertarse en el mercado.

3.- ¿Tiene definida la importancia de los controles para lograr la exportación de esta fruta?

El control interno son todas aquellas actividades que trabajan en conjunto y que se integran a las operaciones normales de la empresa con el objetivo de proteger la información confidencial y la calidad en el producto.

4.- ¿Cuál ha sido su empeño en el quehacer diario en la empresa?

Minimizar errores

5.- ¿Cuál cree que es la clave para poder lograr la puesta en marcha de la comercialización al exterior?

Garantizar una operación adecuada y por último cumplir los lineamientos de calidad y legalidad en la cadena de suministro. También es fundamental tener todos los certificados y trámites ante las dependencias oficiales.

4.13 Certificaciones y Proceso para el Comercio Exterior.

Para Lerma 2012, Son los documentos que se requieren para poder poner frutos en otro país, estos documentos son de suma importancia, puesto que son los que generan valor agregado y potencializan la empresa en carácter y calidad de mundial.

Se toma como base el último reactivo de la entrevista con la encargada de comercialización y, para lograr el objetivo del proyecto, se exponen los trámites y documentos requeridos para tal motivo.

4.13.1 Certificaciones que se requieren para lograr la Exportación.

Se realizó la indagatoria correspondiente en las fuentes primarias GLOBALG.A.P. (globalgap.org) , DOF - Diario Oficial de la Federación, SE-03-075-C - CONAMER (catalogonacional.gob.mx).

A continuación, se presentan los certificados con los que debe contar la empresa.

- Global Gap: es el certificado internacional que piden los clientes.
- Norma 075: es el permiso que da el gobierno para poder exportar.

4.13.2 Proceso de Calidad

El proceso de calidad se basa conforme las labores que se integran en el empaque.

El proceso inicia desde la cosecha, selección de producto, empaque y embalaje etc. Esto permite estandarizar la calidad de producto destinado al mercado deseado, así como lograr el cumplimiento de los requisitos técnicos y fitosanitario que solicita el país de importador.

A continuación, detallaremos cada uno de los procesos.

4.14 Evaluación

Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (en inglés: United States Department of Agriculture; USDA) es una unidad ejecutiva del Gobierno Federal de EE. UU. Su propósito es desarrollar y ejecutar políticas de ganadería, agricultura y alimentación.

Los ingenieros de USDA (evalúan el mango), a través de sus metodologías específicas, una vez que realizan las actividades de verificación, dan el visto bueno del cumplimiento de las especificaciones de calidad y disponen su aceptación o rechazo.

4.15 Producción

Pre lavado

Antes de iniciar el proceso la fruta es lavada para quitarle y liberar de polvos, tierra y otros elementos que inhiben la limpieza del mango.

Selecciones

Una vez que el mango este lavado se pasa al área de selección, apartando cada producto que este quebrado, maltratado o quemado.

Cepillado y lavado

La fruta es cepillada y lavada para su proceso final.

Empaque y embalaje

Finalmente, la fruta es empacada y embalada tal y como lo desea el cliente y, por último, es enviada a su destino final.

4.16 Análisis del Mercado Meta

Para la elaboración de esta investigación es importante conocer el mercado al que queremos exportar, en este caso, nuestro mercado meta es Los Ángeles California de los Estados Unidos de América.

Es vital analizar su ubicación geográfica, clima y producción ~~nacional~~ para determinar los precios y ofertas que consumen los países, a nivel nacional e internacional.

4.16.1 Los Ángeles, California

La empresa Frutas Selectas Santa Casilda SPR de RL, busca ampliarse en el mercado de Los Ángeles California con la intención de cumplir con el logro de su visión, que es la de obtener nuevos clientes y un alto porcentaje de crecimiento mundial.

Se elige entrar al mercado por que cuenta con una alta demanda y donde el producto puede obtener mejores precios de venta.

Los Ángeles está ubicado en el sur de California en la costa oeste de los Estados Unidos, el huso horario que le corresponde es el Tiempo del Pacífico de los Estados Unidos (PST), dos horas menos que en el Tiempo del Centro (CST) y tres menos que el Tiempo del Este (EST). (Descubre los Ángeles 2021)

Se extiende por un área geográfica muy diversa. Primordialmente un valle desértico, el área está rodeada por la cordillera de San Gabriel y dividida por las montañas de Santa Mónica. El Condado de Los Ángeles tiene 120 kilómetros de línea costera y altitudes que varían en rango desde 9 pies por debajo del nivel del mar en Wilmington hasta 10,080 por encima del nivel del mar en la cima del Monte San Antonio, el área de ríos incluye los ríos Los Ángeles, Hondo y San Gabriel.

4.17 Documentos Para El Comercio Exterior

Se indagó en las dependencias gubernamentales a través de internet (www.bancomext.com y www.promexico.com), y se determinó que, para poder realizar el proceso de exportación de manera correcta es necesario que la empresa frutas selectas santa Casilda tenga ciertos documentos y realice los tramites los cuales facilita la entrada del producto al mercado internacional.

Las autoridades aduaneras son los encargados de dejar entrar o salir la mercancía a su país siempre y cuando el producto esté en buenas condiciones libre de plagas, así como obteniendo los documentos adecuados como el certificado de

origen, carta porte carta de instrucciones factura comercial etc. Es importante llenar con cuidado los documentos para que no haya ningún problema al momento de la logística de comercio.

A continuación, se explicará el significado de cada documento:

4.17.1 Certificado de Origen

Este documento es muy importante ya que es fundamental para que los agentes aduanales gestionen la entrada de la mercancía al país en cuestión.



Para obtener este certificado es necesario cumplir con ciertas restricciones y regulaciones.

Para poder competir con el mercado internacional es necesario que el producto, en este caso el mango, debe cumplir con los estándares de calidad que el país, destino o cliente exigen.

También se cuenta con el certificado de la Norma 075 (SENASICA) es el documento que autoriza el gobierno siempre y cuando se cumplan los requisitos solicitados.

A continuación, se dará conocer un ejemplo del certificado fitosanitario internacional:

Imagen 4.5 Certificado de origen

 SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD, INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA DIRECCIÓN GENERAL DE SANIDAD VEGETAL DE MÉXICO CERTIFICADO FITOSANITARIO INTERNACIONAL No. 3482314 INTERNATIONAL PHYTOSANITARY CERTIFICATE A LA ORGANIZACIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA: TO THE NATIONAL PLANT PROTECTION ORGANIZATION OF:		
1a. FECHA DE INSPECCIÓN DATE INSPECTED 14 DE MARZO DE 2022	1b. FECHA DE EXPEDICIÓN DATE ISSUED 14 DE MARZO DE 2022	1c. LUGAR DE EXPEDICIÓN PLACE OF ISSUE ANTÚNEZ, MICHOACÁN, MÉXICO.
DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION		
2. NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL EXPORTADOR NAME AND ADDRESS OF EXPORTER FRUITAS SELECTAS SANTA CASILA S DE RL KM. 8.3 GABRIEL ZAMORA NVO. URECHO GABRIEL ZAMORA, MICHOACÁN	3. NOMBRE Y DIRECCIÓN DECLARADOS DEL DESTINATARIO DECLARED NAME AND ADDRESS OF CONSIGNEE SUMMIT PRODUCE INC 35-2855 PEMBINA HWY WINNIPEG, MANITOBA CANADA	
4. CANTIDAD DECLARADA Y NOMBRE DEL PRODUCTO NAME OF PRODUCE AND QUANTITY DECLARED 16.464 TONELADAS DE MANGO VAR. ATALLFO Y HADEN		
5. NOMBRE BOTÁNICO DE LAS PLANTAS BOTANICAL NAME OF PLANTS Mangifera indica, L.	6. LUGAR DE ORIGEN PLACE OF ORIGIN GABRIEL ZAMORA Y NUEVO URECHO, MICHOACÁN	
7. NÚMERO Y DESCRIPCIÓN DE LOS EMPAQUES NUMBER AND DESCRIPTION OF PACKAGES 2980 CAJAS DE CARTÓN DE 4 KG. C/U. VAR. ATALLFO	8. MARCAS DISTINTIVAS DISTINGUISHING MARKS CASILA	
9. MEDIOS DE TRANSPORTE DECLARADOS DECLARED MEANS OF CONVEYANCE TERRESTRE	10. PUNTO DE ENTRADA DECLARADO DECLARED POINT OF ENTRY VANCOUVER, CANADA	
Por el presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a análisis de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes del país importador, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas. I hereby certify that the plants, plant products and other regulated articles described herein have been inspected and / or subjected to analysis in accordance with appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and that meet current phytosanitary requirements of the importing country, including those for regulated non-quarantine pests.		
II. DECLARACIÓN ADICIONAL / ADDITIONAL DECLARATION		
TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN Y/O DESINFECCIÓN / DESINFESTATION AND/OR DESINFECTATION TREATMENT		
12. FECHA / DATE XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	13. TRATAMIENTO / TREATMENT XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
14. PRODUCTO QUÍMICO (INGREDIENTE ACTIVO) / CHEMICAL (ACTIVE INGREDIENT) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	15. DURACIÓN Y TEMPERATURA / DURATION AND TEMPERATURE XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
16. CONCENTRACIÓN / CONCENTRATION XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	17. INFORMACIÓN ADICIONAL / ADDITIONAL INFORMATION XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
18. NOMBRE Y CARGO DEL FUNCIONARIO (en español o en inglés) NAME OF AUTHORIZED OFFICER (spanish or english) ING. ALEJANDRO BANDERAS REYES OFICIAL FITOSANITARIO AUTORIZADO	19. FIRMA SIGNATURE OF AUTHORIZED OFFICER 	20. CÉDULA DE INSCRIPCIÓN INSCRIPTION CODE 22-HCA-005-PNGA VIGENCIA / CURRENCY 31/12/2022
La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural y ninguno de sus funcionarios y representantes asumen responsabilidad económica con respecto a este certificado. The Secretary of Agriculture and Rural Development and none of its officials and representatives assume economic responsibility with respect to this certificate.		
ORIGINAL INTERESADO ORIGINAL REQUESTER		

Fuente: Archivos internos de la empresa, 2023.

4.17.2 Factura Comercial

Es el documento que inicia todo el proceso de exportación, este es requerido por el vendedor para acreditar su venta, y la tasa de impuesto al valor agregado (IVA).

Es necesario contar con autorización del SAT para poder emitir la factura electrónica.

Los datos que contiene la factura son:

1.- el Registro Federal de Contribuyente de quien expide la factura; para el caso de clientes del extranjero se anota el número tributario, en algunos países piden el TAX ID o el XEXX010101000.

2.- El domicilio, nombre razón social de la empresa y del cliente

3. El folio asignado y el sello digital del SAT.

4. Lugar y fecha de expedición

5. La cantidad de producto que lleva la mercancía

6.-La fracción arancelaria

7.- El complemento

8.- La forma en que se hace el pago. En este caso frutas selectas lo maneja en efectivo o transferencia dependiendo de cómo pague el cliente.

9.- El número de referencia de la orden de compra, el lugar de entrega y condiciones de venta de acuerdo con los términos de incortems en este caso la empresa usa el EXW

10.- Medio de transporte, puerto de carga, tipo de envase, peso neto, peso bruto etc.

Estos son los datos que demanda la factura comercial ya que tanto el cliente y los agentes aduanales lo piden.

4.17.3 Carta de Instrucciones o de Encomienda al Agente Aduanal

Es el documento en el cual el exportador y el importador proporcionan la información a sus respectivos agentes aduanales, con el fin de que procedan a realizar en su nombre la tramitación necesaria para desaduanar la mercancía en la aduana de salida, si se trata de exportación, o de arribo, si se trata de importación.

En la carta se detallan cada una de las instrucciones como son:


- Régimen a destinar
- Datos fiscales de la empresa exportadora
- Valores de la mercancía
- Peso de la mercancía
- Fracción arancelaria
- Factura comercial
- Sello

El agente aduanal cobra honorarios por sus servicios, normalmente cobra su porcentaje del valor de la mercancía.

Al final lleva la firma del gerente general donde autoriza que la mercancía sale de su empaque.

Se presenta el formato con los datos mencionados...

Imagen 4.6 Carta de instrucciones

CARTA DE INSTRUCCIONES GENERAL			
		FECHA: 14/03/2022 14:30 LUGAR: SANTA CASILDA MUNICIPIO DE GABRIEL ZAMORA MICHOACAN	
AGENTE ADUANAL: ING. LIBRADO PIRA PATENTE: 3990 <small>DE ACUERDO CON LOS ARTICULOS 36, 40, 41, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114 Y 115 DE LA LEY ADUANERA Y LOS ARTICULOS 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000</small>			
SI ES COMPRA-VENTA <input checked="" type="checkbox"/> NO ES COMPRA-VENTA <input type="checkbox"/>		REGIMEN ADUANERO: DEF ADUANA DE ENTRADA Y/O SALIDA: LAREDO IMEX NO: ST:	
DATOS DEL PROVEEDOR FRUTAS SELECIAS SANTA CASILDA SPR DE RL R.F.C.: FSS190225EY2 Domicilio: AV GENERAL LAZARO CARDENAS #895 SANTA CASILDA MUNICIPIO DE GABRIEL ZAMORA MICHOACAN C.P 61745		DATOS DEL COMPRADOR SUNSET PRODUCE INC TAX ID: 764008892 Address: 35-2855 PEMBINA HWY WINNIPEG, MANITOBA CANADA CONTACTO: NICK MINHAS {604}722-35-00	
DATOS DE LA MERCANCIA			
NO. Y FECHA DE FACTURA: SERIE-E-272 14 DE MARZO DE 2022	NO. DE Bultos: 22 PALLETS PESO BRUTO KG: 17,900 PESO NETO KG: 16,016	FRACCIONES ARANCELARIAS: 8045003 VALOR DE MERCANCIAS: 25,725.00	DESCRIPCION DE LA MERCANCIA: DE MANGO FRESCO GASTOS ADUANALES: PAGADOS POR EL EMBAJANTE: <input type="checkbox"/> PAGADOS POR EL ADQUIRENTE: <input checked="" type="checkbox"/>
ANEXOS: Factura, COVE, Packing List, Certificado NAFTA, etc	INCOTERM: EXW ORIGEN DE LA MERCANCIA: MEXICO	MANIFESTACION DE VALOR: <input type="checkbox"/> COPIA DEL INCARDO: <input type="checkbox"/>	DATOS DEL TRANSFER: LINEA: BETOS TRUCKING SA DE CV CAAT: 6542 SCAC CODE: BTKA
PROTESTA DE DECIR VERDAD <small>PARA LOS EFECTOS DE LOS ARTICULOS 36, 40, 41, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114 Y 115 DE LA LEY ADUANERA, Y BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, LE MANIFIESTO QUE ES RESPONSABILIDAD DE ESTA EMPRESA LOS DATOS DE CANTIDAD, ORIGEN, COMPOSICION Y VALOR DE LAS MERCANCIAS A QUE SE REFIERE LA PRESENTE INSTRUCCION EN FORMA, FORMA, LOS DOCUMENTOS RELATIVOS A ESTE EMBAQUE SON LOS UNICOS Y VERDADEROS Y, VIENEN EXCLUSIVAMENTE LOS CONTENIDOS EN ELLOS.</small>			
INSTRUCCIONES ADICIONALES Numero de unidad: 139 Placas y estado de unidad: 92-UB-4D Sellos Fiscales: 10219 Tipo de remolque (caja, plataforma, otros): REFRIGERADA 53 Linea Transportista Mexicana: BETOS TRUCKING SA DE CV Dirección para entrega en: LAREDO Observaciones especiales:			
NOMBRE Y FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL <small>Declamo bajo protesta de decir verdad que lo anterior es la documentación que es exacta y verdadera.</small>			

Fuente: Archivos de comercialización


4.17.4 Carta Porte

Este documento es expedido por la empresa de transporte donde se exponen los datos tanto de la empresa de salida de la mercancía, así como los datos del cliente, y los del destino al que llegará la misma.

Lleva la cantidad de cajas, peso, kilos, así como los datos de la unidad.

A continuación, daremos un ejemplo de una carta porte.

Figura 4.6 Carta porte

		REFRIGERADOS MARIN, S.A. DE C.V. SERVICIO PUBLICO FEDERAL DE AUTOTRANSPORTES DE CARGA REGULAR RUTA: CAMINOS DE JURISDICCION FEDERAL Maple 237 Hacienda El Cobano camino el Cobano y Privada Olmo C.P.20158 Aguascalientes, Aps. Tel/Fax 01(449) 972-41-66 Cel. (045) 449-128-94-05, 449-128-07-27 y 449-128-07-37 e-mail:refrigerados_marin@hotmail.com		CARTA PORTE 5471 R.F.C. RMA050517755																																																																																																																			
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION: Santa Casilda A 05 DE Junio DEL 2022																																																																																																																							
ORIGEN: Casilda			DESTINO: Ontario Canada																																																																																																																				
REMITENTE: Fresas Selectas Santa Casilda			DESTINATARIO: GC Imports co																																																																																																																				
R.F.C.: F55190223EY2			R.F.C.:																																																																																																																				
DOMICILIO: Conocido 9/4 Santa Casilda KM.8.5			DOMICILIO: 10 Season place																																																																																																																				
SE RECOPERA EN: Cas. Gabriel Zamora - Mex. Urecho			SE ENTREGARA EN:																																																																																																																				
VALOR UNITARIO, CUOTA COMERCIAL POR VOLUMEN O CARGA TRANSCARRADA		VALOR DECLARADO		CONDICIONES DE PAGO																																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">NUMERO</th> <th rowspan="2">EMBALAJE</th> <th rowspan="2">QUE EL REMITENTE DICE CONTIENEN</th> <th rowspan="2">PESO</th> <th colspan="2">VOLUMEN</th> <th rowspan="2">CONCEPTO</th> <th rowspan="2">IMPORTE</th> </tr> <tr> <th>MTS. 3</th> <th>PESO ESTIMADO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4032</td> <td>Cajas</td> <td>De Mango Fresco Variedad Kent Placa T: 689-E-T9 #203 Placa C: 80-1UP4 #018 Marca: Kenworth Modelo: 2005 SCAC: RFMD CAAT: 100V Nombre: Miguel Angel Juarez Cel: 867-156-43-49</td> <td>4Kg.</td> <td></td> <td>16128</td> <td>FLETE</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>CARGO POR SEGURO</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>MANOBRAS</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>AUTOPIETAS, LIBRAMIENTOS Y TRANSBORNADORES</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>REPARTOS</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>OTROS</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: center;">T O T A L E S</td> <td>SUB-TOTAL \$</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3">EMBARCO:</td> <td colspan="3">REEMBARCARSE CON:</td> <td colspan="2">I.V.A. \$</td> </tr> <tr> <td colspan="3">CONDUJO:</td> <td colspan="3">CONDUCIRA:</td> <td colspan="2">RET. I.V.A. \$</td> </tr> <tr> <td colspan="3">DE A</td> <td colspan="3">DE A</td> <td colspan="2">TOTAL \$ 0.00</td> </tr> <tr> <td colspan="6"> IMPORTE CON LETRA </td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="2">DOCUMENTO</td> <td colspan="2">RECIBI DE CONFORMIDAD</td> <td colspan="2">OBSERVACIONES</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="6"> NOMBRE Y FIRMA DEL DESTINATARIO </td> <td colspan="2"></td> </tr> </tbody> </table>						NUMERO	EMBALAJE	QUE EL REMITENTE DICE CONTIENEN	PESO	VOLUMEN		CONCEPTO	IMPORTE	MTS. 3	PESO ESTIMADO	4032	Cajas	De Mango Fresco Variedad Kent Placa T: 689-E-T9 #203 Placa C: 80-1UP4 #018 Marca: Kenworth Modelo: 2005 SCAC: RFMD CAAT: 100V Nombre: Miguel Angel Juarez Cel: 867-156-43-49	4Kg.		16128	FLETE	0.00							CARGO POR SEGURO								MANOBRAS								AUTOPIETAS, LIBRAMIENTOS Y TRANSBORNADORES								REPARTOS								OTROS		T O T A L E S						SUB-TOTAL \$		EMBARCO:			REEMBARCARSE CON:			I.V.A. \$		CONDUJO:			CONDUCIRA:			RET. I.V.A. \$		DE A			DE A			TOTAL \$ 0.00		IMPORTE CON LETRA								DOCUMENTO		RECIBI DE CONFORMIDAD		OBSERVACIONES				NOMBRE Y FIRMA DEL DESTINATARIO							
NUMERO	EMBALAJE	QUE EL REMITENTE DICE CONTIENEN	PESO	VOLUMEN						CONCEPTO	IMPORTE																																																																																																												
				MTS. 3	PESO ESTIMADO																																																																																																																		
4032	Cajas	De Mango Fresco Variedad Kent Placa T: 689-E-T9 #203 Placa C: 80-1UP4 #018 Marca: Kenworth Modelo: 2005 SCAC: RFMD CAAT: 100V Nombre: Miguel Angel Juarez Cel: 867-156-43-49	4Kg.		16128	FLETE	0.00																																																																																																																
						CARGO POR SEGURO																																																																																																																	
						MANOBRAS																																																																																																																	
						AUTOPIETAS, LIBRAMIENTOS Y TRANSBORNADORES																																																																																																																	
						REPARTOS																																																																																																																	
						OTROS																																																																																																																	
T O T A L E S						SUB-TOTAL \$																																																																																																																	
EMBARCO:			REEMBARCARSE CON:			I.V.A. \$																																																																																																																	
CONDUJO:			CONDUCIRA:			RET. I.V.A. \$																																																																																																																	
DE A			DE A			TOTAL \$ 0.00																																																																																																																	
IMPORTE CON LETRA																																																																																																																							
DOCUMENTO		RECIBI DE CONFORMIDAD		OBSERVACIONES																																																																																																																			
NOMBRE Y FIRMA DEL DESTINATARIO																																																																																																																							
LAS CONDICIONES DE TRANSPORTE E INSTRUCCIONES PARA LLENAR ESTA CARTA DE PORTE SE IMPRIMEN EN EL REVERSO DEL ORIGINAL.																																																																																																																							
SIN VALOR FISCAL "AMPARADA CON LA FACTURA ELECTRONICA"																																																																																																																							

Fuente: Archivos de comercialización

4.17.5 Carta Responsiva

Este documento es elaborado por la empresa frutas selectas para entregársela al transportista ya que es el responsable del envío y de custodiar la mercancía hasta el punto de destino.

Los datos que lleva este documento son:

Los datos del transporte, el nombre del conductor, la línea del transporte, la cantidad de cajas y el día en que se entrega la mercancía y por último es firmada por el operador de la línea.

Figura 4.7 Carta responsiva


CARTA DE RESPONSABILIDAD DEL TRANSPORTISTA

CARTA No.02

domingo, 15 de mayo de 2022

RECIBI DE LA EMPRESA FRUTAS SELECTAS SANTA CASILDA SPR DE RL
Localizada en DDM. CONOCIDO S/N. SANTA CASILDA MICHOACAN la cantidad de 4,102
cajas, contenido exclusivamente Mango de origen nacional con calidad de exportacion, producidos
en los huertos de nuestra empresa.

Este producto es transportado en el camion marca FREIGHTLINER Modelo 2020
Placas del tractor: 52-AN-4N placas de la caja 394-XA7 No Econ 909
Conductor: SALVADOR RODRIGUEZ PEREZ
Linea transportista: BETOS TRUCKING SA DE CV.

El transporte de este producto esta bajo mi responsabilidad y hago constar para los fines que al
interesado le convenga que unicamente tengo instrucciones de los dueños de la carga antes
descrita transportarla a su destino haciendome unico responsable durante el trayecto de
SANTA CASILDA MICHOACAN hasta LAREDO .

Asimismo me comprometo a llevar la totalidad de las cajas descritas responsabilizandome
por faltantes, el cual acepto que se descuenten del total del flete.

Tambien hago constar que tengo estrictamente prohibido transportar otra carga que no sea la
descrita; a llevar pasajeros y que si por alguna circunstancia lo realizo es bajo mi unica y
absoluta responsabilidad, asumiendo completamente las circunstancias de la violacion a esta
institucion, del mismo modo respetare los grados de temperatura que me indique la empresa
a llevar el enfriamiento de la fruta a temperatura de 48°F la cual debera ser desgasada
periodicamente durante el trayecto al destino, cualquier anomalia en el mismo queda bajo mi
responsabilidad.

INDICACION ADICIONAL: Llegar a Frontera el Dia: LUNES 16 DE MAYO DEL 2022

CONFORME
EL OPERADOR


CEL. SALVADOR RODRIGUEZ PEREZ

FRUTAS SELECTAS SANTA CASILDA SPR DE RL
DDM. CONOCIDO S/N SANTA CASILDA MPIO DE GABRIEL ZAMORA
MPIO DE GABRIEL ZAMORA, MICHOACAN, MEXICO
R.F.C. F35-190229-E72
TEL.-4922031359 , 452 1641834 - 425 512 78 77
E-Mail: tam2yc_casilda@hotmail.com

Fuente: Archivos de comercialización.

4.18 Cómo comenzar a exportar.

Se proponen los siguientes pasos:

1. Seleccionar los potenciales mercados.
2. Buscar potenciales compradores.
3. Determinar la clasificación arancelaria del producto.
4. Obtener iniciación de actividades.
5. Elegir el incoterm (establecen los criterios acerca de la distribución, de los costes, y delimitan las responsabilidades entre el comprador y el vendedor. Existen 11 Incoterms vigentes: EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DPU, DAP y DDP. Los 4 Incoterms más utilizados son: EXW, FOB, CFR, CIF.)
6. Seleccionar un medio de pago.
7. Gestionar la documentación.
8. Organizar la logística.

4.18.1 Diagrama de flujo de la exportación.

Es la salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior y/o la prestación de servicios efectuadas bajo las condiciones que establece el Servicio Nacional de Aduanas.

4.18.2 Guía de exportación.

Esta herramienta permite ver el potencial de exportación de un producto específico en diferentes mercados de acuerdo a distintas variables tales como distancia al país de destino, aranceles aplicables y demanda actual del producto.

4.18.3 Exportaciones.

Las exportaciones son todos los bienes y servicios que un país vende fuera de su territorio para su consumo o como parte de otra rama de producción. Junto con las

importaciones, son sumamente importantes para el desarrollo y crecimiento de las economías que tienen un libre mercado.

4.18.4 Pasos para exportar desde México.

1. Conocer los principios clave para exportar...
2. Reunir los documentos básicos para exportar...
3. Desarrollar un plan estratégico para exportar...
4. Identificar la fracción arancelaria de las mercancías...
5. Obtener el Certificado de Origen de las mercancías...
6. Cumplir con las regulaciones no arancelarias.

4.19 Documentos que se necesitan para exportar.

1. RFC.
2. Padrón de exportadores sectorial.
3. Factura comercial.
4. Encargo conferido.
5. Carta de instrucciones al agente aduanal.
6. Lista de empaque.
7. Certificado de origen.
8. Documentos del transporte.

4.19.1 Impuestos que hay que pagar para exportar.

En cuanto a exportación, las leyes mexicanas exentan de impuestos y gravámenes a la mayoría de mercancías, pero existen excepciones y mercancías prohibidas para ser exportadas. Se tiene que realizar un pago por usar las instalaciones aduaneras llamado Derecho de Trámite Aduanero (DTA)

Ver el código 0804.50.99 los demás, obsérvese que la importación tiene un gravamen del 20%, mientras que la exportación está exenta de gravámenes por concepto de la exportación.

Capítulo 08

Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías

Notas.

1. Este Capítulo no comprende los frutos no comestibles.
2. Las frutas y otros frutos refrigerados se clasifican en las mismas partidas que las frutas y frutos frescos correspondientes.
3. Las frutas y otros frutos secos de este Capítulo pueden estar parcialmente rehidratados o tratados para los fines siguientes:
 - a) mejorar su conservación o estabilidad (por ejemplo: mediante tratamiento térmico moderado, sulfurado, adición de ácido sórbico o de sorbato de potasio);
 - b) mejorar o mantener su aspecto (por ejemplo: por adición de aceite vegetal o pequeñas cantidades de jarabe de glucosa), siempre que conserven el carácter de frutas o frutos secos.
4. La partida 08.12 comprende las frutas y otros frutos que se hayan sometido a un tratamiento con el único fin de que sean conservados provisionalmente durante su transporte y almacenamiento antes de su utilización (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para asegurar provisionalmente dicha conservación), siempre que, en este estado, sean impropios para consumo inmediato.

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CUOTA (ARANCEL)	
			IMPUESTO DE IMP.	IMPUESTO DE EXP.
08.01	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (mercy, cajuil, anacardo, "cajú"), frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.			
	- Cocos:			
0801.11	-- Secos.			
0801.11.01	Secos.	Kg	20	Ex.
0801.12	-- Con la cáscara interna (endocarpio).			
0801.12.01	Con la cáscara interna (endocarpio).	Kg	20	Ex.
0801.19	-- Los demás.			
0801.19.99	Los demás.	Kg	20	Ex.
	- Nueces del Brasil:			
0801.21	-- Con cáscara.			
0801.21.01	Con cáscara.	Kg	20	Ex.
0801.22	-- Sin cáscara.			
0801.22.01	Sin cáscara.	Kg	20	Ex.
	- Nueces de marañón (mercy, cajuil, anacardo, "cajú"):			
0801.31	-- Con cáscara.			
0801.31.01	Con cáscara.	Kg	20	Ex.
0801.32	-- Sin cáscara.			
0801.32.01	Sin cáscara.	Kg	20	Ex.
08.02	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.			

El artículo 29 de la Ley del Impuesto al valor Agregado establece la Taza 0% para Exportación.

Las empresas residentes en el país calcularán el impuesto aplicando la tasa del 0% al valor de la enajenación de bienes o prestación de servicios, cuando unos u otros se exporten.

Para los efectos de esta Ley, se considera exportación de bienes o servicios:

- I.- La que tenga el carácter de definitiva en los términos de la Ley Aduanera.
- II.- La enajenación de bienes intangibles realizada por persona residente en el país a quien resida en el extranjero.
- III.- El uso o goce temporal, en el extranjero de bienes intangibles proporcionados por personas residentes en el país.
- IV.- El aprovechamiento en el extranjero de servicios prestados por residentes en el país, por concepto de:
 - a).- Asistencia técnica, servicios técnicos relacionados con ésta e informaciones relativas a experiencias industriales, comerciales o científicas.
 - b).- Operaciones de maquila y submaquila para exportación en los términos de la legislación aduanera y del Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación. Para los efectos anteriores, se entenderá que los servicios se aprovechan en el extranjero cuando los bienes objeto de la maquila o submaquila sean exportados por la empresa maquiladora.
 - c).- Publicidad.
 - d).- Comisiones y mediaciones.
 - e).- Seguros y reaseguros, así como afianzamientos y reafianzamientos.
 - f).- Operaciones de financiamiento.
 - g).- Filmación o grabación, siempre que cumplan con los requisitos que al efecto se señalen en el reglamento de esta Ley.
 - h).- Servicio de atención en centros telefónicos de llamadas originadas en el extranjero, que sea contratado y pagado por un residente en el extranjero sin establecimiento permanente en México.

i) Servicios de tecnologías de la información siguientes:

1. Desarrollo, integración y mantenimiento de aplicaciones informáticas o de sistemas computacionales.
2. Procesamiento, almacenamiento, respaldos de información, así como la administración de bases de datos.
3. Alojamiento de aplicaciones informáticas.
4. Modernización y optimización de sistemas de seguridad de la información.
5. La continuidad en la operación de los servicios anteriores.

Lo previsto en este inciso será aplicable siempre que las empresas cumplan con lo siguiente:

1. Utilicen en su totalidad infraestructura tecnológica, recursos humanos y materiales, ubicados en territorio nacional.
2. Que la dirección IP de los dispositivos electrónicos a través de los cuales se prestan los servicios, así como la de su proveedor del servicio de Internet se encuentren en territorio nacional y que la dirección IP de los dispositivos electrónicos del receptor del servicio y la de su proveedor del servicio de Internet se encuentren en el extranjero.

Para efectos de esta Ley se considera como dirección IP al identificador numérico único formado por valores binarios asignado a un dispositivo electrónico. Dicho identificador es imprescindible para que los dispositivos electrónicos se puedan conectar, anunciar y comunicar a través del protocolo de Internet. El identificador permite ubicar la localización geográfica del dispositivo.

3. Consignen en el comprobante fiscal el registro o número fiscal del residente en el extranjero que contrató y pagó el servicio, sin perjuicio de los demás requisitos que deban cumplir de conformidad con las disposiciones fiscales.

4. Que el pago se realice a través de medios electrónicos y provenga de cuentas de instituciones financieras ubicadas en el extranjero, mismo que deberá realizarse a una cuenta del prestador del servicio en instituciones de crédito en México.

Las obligaciones mencionadas en los numerales anteriores deberán cumplirse de conformidad con las reglas de carácter general que al efecto emita el Servicio de Administración Tributaria.

Los servicios de tecnologías de la información previstos en este inciso no se considerarán exportados en los supuestos siguientes:

1. Cuando para proporcionar dichos servicios se utilicen redes privadas virtuales. Para los efectos de esta Ley se considera como red privada virtual la tecnología de red que permite una extensión de una red local sobre una red pública, creando una conexión privada segura a través de una red pública y admitiendo la conexión de usuarios externos desde otro lugar geográfico de donde se encuentre el servidor o los aplicativos de la organización.

2. Cuando los servicios se proporcionen, recaigan o se apliquen en bienes ubicados en el territorio nacional.

V.- La transportación internacional de bienes prestada por residentes en el país y los servicios portuarios de carga, descarga, alijo, almacenaje, custodia, estiba y acarreo dentro de los puertos e instalaciones portuarias, siempre que se presten en maniobras para la exportación de mercancías.

VI. La transportación aérea de personas y de bienes, prestada por residentes en el país, por la parte del servicio que en los términos del tercer párrafo del artículo 16 de esta Ley no se considera prestada en territorio nacional.

VII. (Se deroga).

VIII. (Se deroga).

Cómo se calcula el valor de las exportaciones

Para determinar los precios en el mercado de exportación se deberán tener en cuenta los costos, la demanda y/o la competencia. Estos dos últimos aspectos están determinados por el mercado, y el primero por la empresa, lo que da origen a dos técnicas para la determinación de precios de exportación.

4.20 Tipos de aranceles.

En términos generales, existen tres tipos de aranceles:

- Arancel valorem.
- Arancel específico.
- Arancel mixto.

Otros organismos estatales de apoyo a exportación.

- Alianza Centro-Bajío-Occidente.
- Secretaría de Desarrollo Económico Aguascalientes.
- Secretaría de Economía y del Trabajo de Chiapas.
- Secretaría de Desarrollo Económico Durango.
- Secretaría de Desarrollo Económico Jalisco.
- Secretaría de Desarrollo Económico San Luis Potosí

4.21 Factura comercial.

Documento que identifica al vendedor y al comprador de bienes o servicios, donde se asienta el número de la factura, la fecha de embarque, el medio de transporte,

la entrega y términos de pago, así como un listado completo con la descripción de los bienes y servicios en cuestión, incluyendo precios, descuentos y valor total.

4.22 Palabra FOB.

FOB: Siglas en inglés de "libre a bordo" o "puesto a bordo" (free on board). Término que describe la forma de tasar un bien cuando en el precio del mismo no se incluyen los costos de exportación asociados a su traslado, como seguros y fletes.

4.23 Ley Aduanera en su Título Segundo, Capítulo III

4.23.1 Qué dice el artículo 36 de la Ley Aduanera.

Quienes importen o exporten mercancías están obligados a presentar ante la aduana, por conducto de agente o apoderado aduanal, un pedimento en la forma oficial aprobada por la Secretaría.

4.23.2 Qué dice el artículo 71 de la Ley aduanera.

Valor de precio unitario de venta determinado conforme a lo establecido en el artículo 74 de esta Ley. Valor reconstruido de las mercancías importadas, determinado conforme a lo establecido en el artículo 77 de esta Ley. Valor determinado conforme a lo establecido en el artículo 78 de esta Ley.

4.23.3 Qué dice el artículo 42 de la Ley aduanera.

Artículo 42. Si quien debe formular el pedimento ignora las características de las mercancías en depósito ante la aduana, podrá examinarlas para ese efecto.

4.23.4 Qué dice el artículo 20 de la Ley de comercio exterior.

ARTÍCULO 20. - En todo caso, las mercancías sujetas a restricciones o regulaciones no arancelarias se identificarán en términos de sus fracciones arancelarias y nomenclatura que les corresponda conforme a la tarifa respectiva.

4.23.5 Qué dice el artículo 16 de la Ley de comercio exterior.

ARTICULO 16. - Las disposiciones de este Reglamento que se refieren a cupos de exportación o importación se aplicarán también a los montos de mercancías que, dentro de un arancel-cupo, se exporten o importen a un nivel arancelario preferencial.

4.23.6 Qué dice el artículo 12 de la Ley de comercio exterior.

Artículo 12. Para efectos de esta Ley, los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación, los cuales podrán ser: I. Ad-valorem, cuando se expresen en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía.

4.23.7 Qué dice el artículo 176 de la Ley aduanera.

Comete las infracciones relacionadas con la importación o exportación, quien introduzca al país o extraiga de él mercancías, en cualquiera de los siguientes casos: Omitiendo el pago total o parcial de los impuestos al comercio exterior y, en su caso, de las cuotas compensatorias, que deban cubrirse.

4.23.8 Qué dice el art 54 de la Ley Aduanera.

Artículo 54 El agente aduanal será responsable de la veracidad y exactitud de los datos e información suministrados, de la determinación del régimen aduanero de

las mercancías y de su correcta clasificación arancelaria, así como del cumplimiento de las demás obligaciones que en materia de regulaciones y restricciones.

4.23.9 Qué señala el artículo 102 de la Ley aduanera.

El régimen de exportación definitiva consiste en la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado.

4.23.10 Qué dice el artículo 51 de la Ley aduanera.

Se causarán los siguientes impuestos al comercio exterior: General de importación, conforme a la tarifa de la ley respectiva. General de exportación, conforme a la tarifa de la ley respectiva.

4.23.11 Qué dice el artículo 52 de la Ley aduanera.

Están obligadas al pago de los impuestos al comercio exterior las personas físicas y morales que introduzcan mercancías al territorio nacional o las extraigan del mismo, incluyendo las que estén bajo algún programa de devolución o diferimiento de aranceles, en los casos previstos en los artículos 63-A, 108, fracción.

4.23.12 Qué dice el artículo 4 de la Ley de comercio exterior.

No podrán establecerse disposiciones de normalización a la importación, circulación o tránsito de mercancías diferentes a las normas oficiales mexicanas.

4.23.13 Cuáles son las leyes que regulan el comercio exterior en México.

La Ley de Comercio Exterior (LCE) es la principal legislación en México que regula las operaciones de comercio internacional. Otras de las leyes y códigos aplicables en esta área son: La Ley Aduanera (LA). La Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE).

4.23.14 Qué dice el artículo 35 de la Ley aduanera.

Para los efectos de esta Ley, se entiende por despacho aduanero el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías (LA: Art. 2) al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficos.

4.23.15 Qué dice el artículo 104 de la Ley Aduanera.

No se pagarán los impuestos al comercio exterior ni las cuotas compensatorias. Lo dispuesto en esta fracción no será aplicable en los casos previstos en los artículos 63- A, 105, 108, fracción III, 110 y 112 de esta Ley. Párrafo adicionado DOF 31-12-2000.

4.23.16 Qué dice el art 59 de la Ley aduanera.

El artículo 59 habla de los puntos a seguir para realizar importaciones y exportaciones, así como los documentos y las reglas a seguir para hacerlo de manera correcta. Se indica que tanto exportador como importador son sujetos obligados a cumplir con ella.

4.23.17 Qué dice el artículo 159 de la Ley aduanera.

Agente aduanal es la persona física autorizada por la Secretaría, mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes regímenes aduaneros previstos en esta Ley.

4.23.18 Qué dice el artículo 67 de la Ley aduanera.

El Artículo 67 de la citada Ley Aduanera en México, establece que el valor en aduana se considerará como un valor de transacción siempre y cuando: No existan restricciones para la venta o utilización de las mercancías. La compra sea efectuada por el importador.

CONCLUSIÓN

Para el licenciado en contaduría, es imprescindible realizar proyectos de comercialización, puesto que se involucra en toda la tramitología y documentación concerniente a la comercialización de un producto y/o servicio, por eso, en este proyecto, se ha analizado esa materialidad de operaciones, el proceso de exportación, demanda un porcentaje de documentos fiscales de un 60 % a 80 % en la información que se gesta dentro del mismo. Esta es requerida tanto por los proveedores como por el sistema de control interno, puesto que, se debe llevar un tratamiento contable y delimitar el impacto fiscal, ya sea en apego a la legislación mexicana o estadounidense, según sea el documento y/o tramite.

Con base en lo anterior, se concluye que la empresa **FRUTAS SELECTAS DE MANGO SANTA CASILDA SPR. DE RL.** Requiere de una tina hidrotérmica ya que los estadounidenses piden como requisitos esa tina, la cual sirve para darle un tratamiento al mango para evitar que lo ataque la antracnosis (hongo).

Además, es de suma importancia que el producto cumpla con todos los requisitos necesarios para que pueda ingresar al mercado exterior. Así como cumplir con los certificados de GLOBAL GAP, Y SRRC (sistemas de riesgos de contaminación) ya que es una de las principales certificaciones que debe de tener la empresa que desea exportar a diferentes países, ya que sin esas certificaciones no se puede exportar.

Dentro de las certificaciones con las que la empresa debe contar a los Estados Unidos, es el que expide el programa IMMEX, éste es un instrumento que permite importar temporalmente los bienes necesarios para ser utilizados en un proceso industrial o de servicio destinado a la elaboración, transformación o reparación de mercancía.

Además, se dio a conocer la situación de la empresa, ya que siempre ha tenido el cuidado del medio ambiente. El uso de los residuos tóxicos que utilizan tanto en los tratamientos de fruta, así como en las sustancias que utilizan en el frigorífico, además de darle limpieza a las maquinarias y equipos para reducir los índices de contaminación hacia la fruta.

Como último, y con base en la hipótesis, se comprueba que precisamente se requiere de varios trámites y certificados para que la empresa pueda exportar a Estados Unidos; es cierto que la empresa **FRUTAS SELECTAS SANTA CASILDA SPR DE RL.**, requiere de recursos y apoyo de gobierno para poder seguir compitiendo en el mercado nacional e internacional, ya que la empresa cuenta con la capacidad para operar y obtener productos a precios competitivos, genera ingresos y utilidad, además de ser una entidad productiva como visión de crecimiento.

El haber elaborado este proyecto, permite aportar al logro de la visión de la empresa, es importante destacar que, en la región donde se localiza no existen programas de exportación de mango, por lo tanto, este proyecto cierra siendo un parteaguas para la economía regional y esto impulsa el crecimiento económico de todos los involucrados en el mismo.

El haber analizado las teorías e información concerniente a la exportación en un momento determinado, coadyuvó al desempeño de esta investigación, y, seguramente servirá de guía para los estudiosos de las áreas económico administrativas.

PROPUESTAS

Con base en la metodología realizada, se determinan las siguientes líneas estratégicas que permitirán la puesta en marcha del proyecto de exportación del mando a los Estados Unidos, estas líneas son sistémicas, se han considerado varias áreas de la empresa que se consideran de impacto en el desarrollo de la misma.

1. Brindar cursos de capacitación a los empleados de cada área.
2. Comprar una tina hidrotérmica ya que esta sirve para darle un proceso a la fruta y para matar las larvas que traiga la fruta de campo.
3. Buscar y lograr la certificación a través del programa Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (I.M.M.E.X.) ya que es un instrumento que permite importar temporalmente el producto.
4. Contar con un lugar específico donde la empresa almacene todos los residuos tóxicos que se utilizan para el tratamiento del fruto y de limpieza de maquinaria.
5. Se recomienda que la empresa negocie con el agente aduanal, para que la misma pueda hacer los trámites legales directamente.
6. Buscar apoyo de gobierno para darse a conocer en el mercado deseado a través de ferias internacionales e inviten al importador a conocer el producto y así iniciar con nuevos mercados.
7. Proponer un cuarto adecuado para el resguardo de documentos que van saliendo año con año.
8. Adquirir un equipo y obras de infraestructura que permita un mejor uso de los procesos de producción y empaque, mejorando sus condiciones de operación.
9. Contar con los procesos de niveles de sanidad que garanticen que los productos cumplan con las normas internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

1. CATEORA. Philip R. Y Graham John L. **Marketing internacional**, Ed. Mc. Graw-Hill, 10 Edición, 2001.
2. GARCIA Martínez José g, **Fundamento de Administración**, 10ª ED. México, Trillas 2014.
3. LERMA, Kirchner Alejandro, **Comercio y marketing internacional**, Ed cuarta edición, 2012.
4. LERMA, Kirchner Alejandro, **Comercio y mercadotecnia internacional**, Ed Thomson, 3 Edición, 2004.
5. MERCADO H. Salvador, **Comercio internacional 1**. Edición 2ª editorial Limusa 1991.
6. MÜNCH Galindo Lourdes, **Fundamentos de Administración**, 10ª ED. México, Trillas 2014.
7. PACHECO, Martínez Filiberto, **Derecho de la integración económica**, segunda edición, México: 2002.
8. PERDOMO Moreno Abraham, **Fundamentos de control interno**, Ed Thomson 3 Edición 7ª, 2020.
9. RODRÍGUEZ Valencia Joaquín, **Administración de Pequeñas y Medianas Empresas** Sexta Edición, México: Thomson, 2011.

MESOGRAFÍA

1. <https://economipedia.com/definiciones/control-interno.html>
2. <https://blog.hubspot.es/marketing/control-interno>
3. https://www.armadaparaguaya.mil.py/application/files/1215/1817/0503/control_interno.pdf
4. [Control de embarques – Proscái](#)
5. <https://concepto.de/comercio/#ixzz7qaFuR8dB>
6. https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorrupcion/control_interno.html
7. <https://actualicese.com/definicion-de-control-interno/>
8. <https://blog.hubspot.es/marketing/control-interno>
9. catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/bad/brunet_ca/capitulo2.pdf
10. <https://es.slideshare.net/natalianunezgomez1/concepto-e-importancia-de-empresa>
11. <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf>
12. <https://medium.com/.../el-derecho-aduanero-y-su-importancia-39bc7929dff1>
13. mex-eua.sre.gob.mx/index.php/tlcan
14. ual.dyndns.org/Biblioteca/Admon_peque...Empresa/Pdf/Unidad_05.pdf
15. www.discoverlosangeles.com
16. www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/economia/sarquis.pdf
17. www.maita.com › Agente de Aduanas
18. www.comercioyaduanas.com.mx › Aduanas › Aduanas México

19. www.cornershopapp.com,
20. www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/cperpad/files/.../tema1empr esa.pdf
21. www.4.ujaen.es/~cruiz/tema1.pdf
22. www.promexico.gob.mx/es/mx/pasos-exportar
23. [Bienvenidos a Los Ángeles / Ubicación Geográfica | Discover Los Ángeles](#)
24. [Qué son los Aranceles | Definición, Tipos y Cómo se Calculan \(dripcapital.com\)](#)
25. [Información y beneficios nutricionales del mango | Junta Nacional del Mango](#)