

2013

1-Q

TRADE LAW & CUSTOMS magazine

el ADN del Comercio Exterior y Aduanas

Perspectivas de la
Economía Mundial

Importación a EE.UU.
SIN comercializadoras

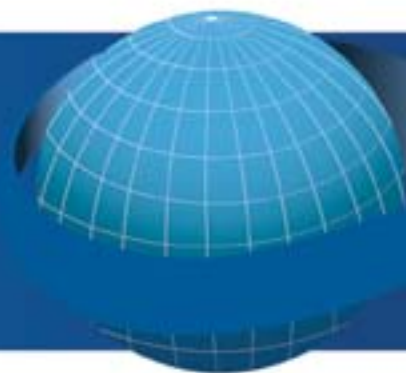
Nueva Fracción Arancelaria:
Alga Nori

Contratos:
Trajes a la Medida

Signos Distintivos:
Bienes intangibles de gran valor

Verificación de origen:
brecha en el proceso

TLCI



TLC asociados

Derecho Fiscal, Comercio Exterior y Aduanas
Litigio, Consultoría, Capacitación Fiscal

Consultoría Fiscal

¿SABÍAS QUÉ? Puedes amortizar tus pérdidas fiscales, aún y cuando la autoridad determine tu situación fiscal.

Asesoramos a nuestros clientes para comercializar y aprovechar la coyuntura de las leyes en su beneficio, sin poner en riesgo su inversión, al contrario, MAXIMIZARLA.

La complejidad de nuestro sistema tributario, en ocasiones puede llegar a generar errores en el cumplimiento de nuestras obligaciones fiscales. La consultoría fiscal es un servicio de primera necesidad para las empresas; por lo que nuestro equipo altamente especializado da atención a consultas respecto a la interpretación y aplicación de las diversas disposiciones fiscales.

Elaboramos propuestas y análisis respecto al adecuado cumplimiento de las obligaciones tributarias, con el objeto de que nuestros clientes cuenten con una estructura fiscal sana, evitando posibles conductas de infracción e imposición de sanciones.

Es decir, traducimos lo complicado de las leyes en algo simple y útil para el negocio de nuestros clientes.

¿SABÍAS QUÉ? La omisión de presentar tu declaración definitiva es un delito equiparable a la defraudación fiscal.

www.tlcasociados.com.mx

México DF
Tel: (55) 5280.3267 y (55) 2623.1639
World Trade Center Ciudad de México, Piso 31 OI. 12,
Calle Mentecito 38, Nápoles, Ciudad de
México D.F., C.P. 03810

Tijuana B.C.
Tel: (664) 634.0189 y (664)682.3901
Torre Platino Piso 1 Int. 102, Blvd
Sánchez Taboada 10488, Zona Río,
Tijuana, B.C., C.P. 22010

Editorial

TRADE LAW & CUSTOMS
el ADN del Comercio Exterior y Aduanas

Apenas hace unos meses algunas personas creían que el mundo iba a llegar a su fin. Hagamos una analogía de esta situación con los negocios que llevamos día con día. No cabe duda de que algunas personas estaban convencidas de la inevitabilidad del Fin del Mundo debido a la difusión de información errónea derivada de una incorrecta interpretación de los calendarios y códigos mayas. Éste caso, nos sirve como claro ejemplo de la importancia que tiene acercarse a los expertos. Ellos pueden orientarnos y compartir con nosotros la correcta interpretación de la palabra escrita, ya sea en normas, reglamentos, leyes y demás herramientas que el hombre ha diseñado para llevar a cabo sus actividades productivas de una manera ordenada y estructurada. Contar con el consejo experto, informado, actualizado y con capacidad de análisis nos da la tranquilidad y confianza de continuar planeando a futuro, cimentando en el presente con trabajo un futuro venturoso; en vez de temer un futuro sombrío y catastrófico que nos paralizará y frenará nuestra, ya de por sí, afectada economía.

En el presente ejemplar de TLC Magazine, además de celebrar la continuidad e inicio de este nuevo Baktún 14 contamos con colaboraciones por demás valiosas y que esperamos que puedan brindarle una perspectiva más amplia y objetiva para continuar con sus actividades profesionales diarias.

El Doctor Ramón Padilla Pérez, Oficial de Asuntos Económicos de la CEPAL nos comparte las perspectivas de la economía mundial para este 2013 que si bien a nivel global no es tan alentadora, si contempla un crecimiento moderado provocado en parte por la falta de acuerdos en materia fiscal en los EE.UU. imperantes en diciembre pasado y por un pobre desempeño de la zona Euro, indica una oportunidad para las economías emergentes de América Latina si sabemos aprovechar y mejorar nuestros vínculos económicos a través de una mayor integración regional.

El Contador Público Hugo Acosta Martínez, Director de la Asociación de Agentes Aduanales de Tijuana y Tecate hace un recorrido histórico de la evolución de las funciones de los agentes aduanales y sus asociaciones como pivote de la modernización del comercio exterior en nuestro país.

El Lic. Héctor Cornejo González Subdirector Divisional de Signos Distintivos A del IMPI nos recalca la importancia y los beneficios que se obtienen de proteger nuestros bienes intangibles mediante el registro de

Director Editorial
**Fabián Octavio
de la Torre de Stéfano**

Director Comercial
Mario Cortés Cortés

Dirección de Publicidad e Imagen
Daniella Martínez Rodríguez

Coordinador Editorial
Alejandro Villegas Yduñate

Edición Ortográfica
Aida Bravo Figueroa

Distribución Nacional
Érika de la Torre de Estéfano

Artículos Especiales
Gregorio Juárez

Diseño Gráfico
Dies Agencia Creativa

www.tlcmagazinemexico.com.mx
(664) 634.0189, (664) 682.3901
alejandror@tlcmagazinemexico.com.mx

TLC

las marcas y las facilidades que la tecnología brinda a los beneficiarios pudiendo hacer consultas y someter registros por vía electrónica.

El Maestro Roberto Gallegos, agente aduanal de los EE. UU. comparte su experiencia esclareciendo la figura del importador en los EE.UU., de la misma manera nos brinda algunos consejos sobre los elementos que debemos considerar para la exportación desde México de algunos productos de alta demanda en los EE.UU.

La Maestra Claudia Zamudio Urrutia, perito en clasificación arancelaria, continúa con su labor esparciendo luz sobre el polémico y oscuro tema: Lámparas LED, bombillas y aparatos de alumbrado. Nos explica claramente los criterios a tomar para evitar retrasos o sanciones administrativas a sus importaciones y/o exportaciones mediante la correcta clasificación de los productos.

El Lic. David Morales nos comparte cómo un análisis correcto de mercancías o materias primas, en este caso del alga Nori, acompañada de asesoría experta, puede derivar en la creación de nuevas fracciones arancelarias que pueden impulsar de manera importante el desarrollo de toda una industria en nuestro país.

Algunas anotaciones sobre la importancia de la redacción de contratos hechos a la medida, de las necesidades de las empresas, para obtener los resultados deseados por el cliente. Son hechas por el Lic. José Luis Mora Alba. Lo anterior en el papel que desempeña el abogado para proteger los bienes e intereses de sus clientes, ya sea de manera preventiva o correctiva.

En muchas ocasiones, se perciben dos objetos o figuras como iguales, sin embargo, analizándonos más a detalle nos podemos percatar de que en los matices está la diferencia. El Lic. Patricio Orozco nos ayuda a percibir claramente las diferencias que existen entre un representante legal y un apoderado o mandatario.

El Lic. Octavio de la Torre con su aguda visión, detecta una Brecha en el Proceso de Verificación de Origen que puede afectar al importador evidenciando su indefensión ante ciertos actos de la autoridad y marcando algunas alternativas de defensa.

En sus reportajes, Gregorio Juárez investiga sobre temas trascendentales como la seguridad en el despacho de mercancías, en la importación y/o exportación de bienes, en esta ocasión analiza los puntos importantes para la correcta elección de un Agente Aduanal, así como para elegir una ciudad o puerto con aduana para exportar/importar sus productos. De la misma forma investiga formas de disminuir los costos de importar/exportar productos, en esta ocasión mediante el eficiente y automatizado control de inventarios.

Esperamos sinceramente que los artículos que escogimos para ustedes les sean de utilidad para enfrentarse, al mando de sus empresas, más exitosamente a los retos y oportunidades que nos presente este nuevo Baktún 14. Una vez dicho lo anterior no me queda más que desearles "ka'a xi'tech utsil" (que les vaya bien).

	Lámparas LED... Estudio Merceológico	Por: Lic. Claudia Zamudio Urrutia	Página 4
	Creación de Nueva Fracción Arancelaria...	Por: Lic. David Morales Juárez	Página 12
	Diferencia entre apoderado legal...	Por: Lic. Patricio Orozco Leza	Página 17
	Contratos, Trajes A La Medida	Por: Lic. José Luis Mora Alba	Página 25
	Seguridad en el Despacho	Por: Lic. Gregorio Juárez	Página 30
	Signos Distintivos... (IMPI)	Por: Lic. Hector Cornejo González	Página 34
	Ofrece I-xport Una Verdadera Solución...	Por: Lic. Gregorio Juárez	Página 40
	Perspectivas de la Economía Mundial...	Por: Dr. Ramón Padilla Pérez	Página 44
	La Figura del Agente Aduanal.	Por: Lic. Gregorio Juárez	Página 48
	Requisitos Generales para Exportar a EE.UU.	Por: Roberto Gallegos, CCS, MBA	Página 54
	Importación a EE.UU. (SIN) Comercializadoras	Por: Roberto Gallegos, CCS, MBA	Página 62
	Verificación de Origen, Brecha en el Proceso	Por: Lic. Octavio de la Torre de Schiffano	Página 64
	Tijuana Excelente Opción...	Por: Lic. Gregorio Juárez	Página 68

LÁMPARAS LED, BOMBILLAS Y APARATOS DE ALUMBRADO

Por: Lic. Claudia Zamudio Urrutia

ESTUDIO MERCEOLÓGICO

En este artículo hablaremos sobre los problemas de interpretación que se están presentando en las aduanas en referencia a estos tres artículos. Iniciaremos con definiciones que nos ayudarán a ser más precisos en la distinción de cada uno, comentaremos su ubicación en la nomenclatura dependiendo de sus características y funcionamiento y, finalmente, les daremos a conocer algunas observaciones con el objeto de hacer la diferenciación entre estos productos y su clasificación en la nomenclatura.

Iniciamos con las definiciones y características técnicas de las lámparas de LEDs que han causado mucha polémica en cuanto a su fracción arancelaria debido a que en México se les considera como un producto nuevo y de alta tecnología, pero es importante comentar que estos bienes ya tienen mucho tiempo en el mercado europeo y asiático, y dado su incremento en el comercio mundial, en nuestro país han tenido gran demanda.



LÁMPARAS DE LEDs:

Están integradas por elementos electrónicos tales como resistencias, diodos emisores de luz, capacitores y circuitos integrados. Todos estos dispositivos se encuentran reunidos a través de un circuito impreso dentro de una pantalla de vidrio y protegida por una bombilla o tapa de vidrio.

contrario, su eficiencia casi siempre se incrementa cuando su temperatura es disminuida.

Las lámparas de LEDs son diodos emisores de luz, sustituyen a las lámparas de vapor de sodio que tienen un consumo de 500 W. Es una tecnología

LAS LÁMPARAS DE LEDs SON DIODOS EMISORES DE LUZ, SUSTITUYEN A LAS LÁMPARAS DE VAPOR DE SODIO QUE TIENEN UN CONSUMO DE 500 W.

Las lámparas de LEDs actualmente se utilizan en múltiples aplicaciones: casas habitación, alumbrado público, vehículos automotores, en los semáforos, etc., y se caracterizan por tener una vida útil amplia; se encuentran en el mercado de duración de hasta 10 años y su consumo de energía es mínimo. Algunas marcas ofrecen un ahorro de hasta un 80 por ciento, por ejemplo, un foco consume 23 W y da iluminación de 100 W ya que va desde 5 hasta 100 W; asimismo, se pueden encontrar en varios colores (azul, verde, rojo, ámbar y blanco -para dar una luz conocida como fría-).

que surgió entre 2003 y 2004 y sustituye a los focos. La electroluminiscencia de estos dispositivos es el resultado directo de las propiedades semiconductoras del material del cual están hechos, a este fenómeno deben sus distintos colores de luz.

Después de conocer más a detalle la tecnología detrás de las lámparas LED, debemos hacer la distinción entre los artículos de la partida 9405 y de la partida 8539. Es muy común que se confunda el término lámpara de la partida 8539 con los artículos denominados incorrectamente lámparas de la partida 9405. Éste es el primer error que cometen los importadores debido a que no se ha considerado que sólo hay aparatos de alumbrado en la partida 9405. A continuación comentamos más a detalle las diferencias existentes entre estas dos últimas partidas y consideraremos aspectos tales como la denominación comercial, los productos que comprenden ambas partidas y, al final, les daremos a conocer la correcta ubicación de las lámparas de LEDs que incluso, es ya un criterio emanado de la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Veremos que el SAT hizo su consulta de manera particular acerca de este criterio y que México ha hecho una propuesta de ubicación de dicho producto a nivel de subpartida arancelaria para el 2017. >

En una lámpara incandescente el filamento de tungsteno se calienta a altas temperaturas produciendo que sus átomos se exciten transfiriendo energía en fotones y provocando la irradiación de luz visible en longitudes de onda que se encuentran en un rango de los centenares de nanómetros. Los LEDs, en cambio, producen luz en una banda estrecha de radiación, usualmente menor a las decenas de nanómetros, con un pico característico del material luminiscente que lo compone. Los LEDs no requieren un aumento en la temperatura, sino por el

Claudia Zamudio Urrutia

Licenciada en Relaciones Internacionales por la UNAM, con especialidad en comercio exterior.

Directora operativa y de servicios al comercio exterior de ANIERM Nacional A.C., Directora operativa y de servicios al comercio exterior de la ANIERM de Jalisco,

Enlace institucional y departamento de clasificación arancelaria de TLC Asociados, S.C.

• Participante en la elaboración de la TIGIE y notas explicativas de la tarifa arancelaria 2002-2007 y 2007-2012

• Perito arancelario certificado

• Instructor en tarifa arancelaria con 10 años de experiencia

• Dictaminadora arancelaria

• Auditora arancelaria

• Coordinadora de la Comisión Técnica de Clasificación arancelaria de ANIERM A.C.

1.- LA DENOMINACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO

El nombre común de los productos no siempre coincide con el lenguaje arancelario y es aquí donde se presenta el riesgo de error, es decir, que en ocasiones sucede que los productos, para comercializarse, tienen un nombre de uso común, comercial o general, pero al momento de la clasificación de productos en la tarifa arancelaria se debe decodificar e interpretar esa nomenclatura, que proviene del lenguaje comercial, dentro de un contexto arancelario. Esta situación se presenta al clasificar los productos que hoy estamos analizando, ya que existen las lámparas de la partida 8539 y los artículos de alumbrado de la partida 9405; el problema radica en lo

comercial de lo arancelario y es el primer obstáculo que los clasificadores deben solventar.

Ahora bien, comercialmente el sinónimo de bombilla es foco y arancelariamente el sinónimo será "lámpara". Se tiende a igualar "foco" (que también es incorrecto de acuerdo a la definición del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española) con la denominación de lámparas, por ello se presenta la confusión. En las siguientes imágenes veremos que foco, bombilla y lámpara son sinónimas, pero son distintas a los aparatos de alumbrado.



FOCOS BOMBILLAS Y LÁMPARAS (8539)

APARATOS DE ALUMBRADO (9405)



Aunado a lo anterior y conforme al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, tenemos las siguientes definiciones:

Foco. (Del lat. focus, fogón).
1. m. Lámpara eléctrica de luz muy potente concentrada en una dirección.

Bombilla. (Del dim. de bomba).
1. f. Globo de cristal en el que se ha hecho el vacío y dentro del cual va colocado un hilo de platino, carbón, tungsteno, etc., que al paso de una corriente eléctrica se pone incandescente y sirve para alumbrar.

Es de observarse que por la definición del diccionario, foco no debe aplicarse al referirnos a las bombillas. Con base en lo anterior también deberemos considerar:

2.- ÁMBITO O DENOMINACIÓN COMERCIAL.

Es común denominar a los siguientes productos como lámparas:



Guirraldas para árboles navideños para los árboles de navidad

Sin embargo, arancelariamente las lámparas son:



Envoltentes de vidrio o de cuarzo de formas diversas que contienen los dispositivos necesarios para transformar la energía eléctrica en luz visible o en rayos ultravioletas o infrarrojos, por ejemplo, y les corresponde la partida 8539 si efectivamente se trata de lámparas y tubos eléctricos de incandescencia o de descarga, de igual forma se ubicarán en esta partida aquellos que sean faros o unidades "selladas", las lámparas y tubos de rayos ultravioletas o infrarrojos y las lámparas de arco.

En cambio, arancelariamente hablando, se entiende que los aparatos de alumbrado son aquellos artículos que coloquial o comercialmente conocemos como "lámparas eléctricas", que son los aparatos que sirven para conectar a la red eléctrica, convirtiendo el suministro de corriente eléctrica en luz. Para ello se requiere de elementos físicos adecuados como son: el porta lámpara (o socket), el cable eléctrico provisto de clavija, una bombilla, un interruptor eléctrico, un basamento, una pantalla, entre otros, y que se montan o se fijan sobre una base o soporte, los hay de diversas formas y tamaños y dependerá de su forma de montaje, tamaño, diseño, etc., que tengan elementos adicionales, por ejemplo para fijarlos a la pared o al techo, tal y como lo vemos en la imagen de la derecha



Entonces, es necesario tener especial cuidado y diferenciar las lámparas de la partida 8539 en comparación con el texto de la partida 9405, donde ubicamos a los artículos de alumbrado.

Es importante considerar que las lámparas de LEDs tienen características distintas a las establecidas en la partida 8539 por lo que resulta improcedente tratar de ubicar a las lámparas de LEDs en esta partida, donde se clasifican las

unidades selladas, lámparas de incandescencia, de descarga, de arco, etc. La razón deriva en que la mercancía en mención, no se puede ubicar por su funcionamiento en ninguna subpartida de la partida 8539, además de que no existe subpartida de primer nivel con el texto lámparas de alumbrado y no hay una subpartida genérica en la cual se pudieran posicionar las lámparas de LEDs.

Observaciones. Las lámparas LEDs se ubicarán en la TIGIE en diversas partidas dependiendo de su función y a continuación encontrarán algunas partidas susceptibles de utilizarse cuando encontremos productos que en su funcionamiento usan LEDs.

Las lámparas de LEDs no se pueden ubicar en la subpartida 8541.40

Arancelariamente no se pueden ubicar dentro de la subpartida 8541.40 donde encontramos los diodos emisores de luz, aunque es muy cierto que los componentes principales de la lámpara son los LEDs, no deja de ser una parte constitutiva del producto; recordemos que el producto final tal como se presenta a despacho, presenta las características esenciales de una lámpara para iluminación.

Por el contrario, si sólo se tratan los diodos, se aplica la fracción arancelaria siguiente:

Diodos Emisores de Luz

8541.40.01 Dispositivos semiconductores fotosensibles, incluidas las células fotovoltaicas, aunque estén ensambladas en módulos o paneles; diodos emisores de luz.



Si se utilizan como panel de un semáforo, se clasificará como tal en la partida. Los aparatos eléctricos de señalización de LEDs (partida 85.30).

85.30. Aparatos eléctricos de señalización (excepto los de transmisión de mensajes), seguridad, control o mando, para vías férreas o similares, carreteras, vías fluviales, áreas o parques de estacionamiento, instalaciones portuarias o aeropuertos (excepto los de la partida 86.08).



Los punteros láser que llevan un diodo láser (partida 90.13)



Los demás aparatos de alumbrado de LEDs (partida 94.05). Se trata de las lámparas para alumbrado exterior: faroles, lámparas-consola, lámparas de jardín, de parques o reflectores para la iluminación de edificios, monumentos o parques.



8512:

Si se utilizan para vehículos automotores los LEDs se clasifican en la partida 85.12. El texto de esta partida es:

Aparatos eléctricos de alumbrado o señalización (excepto los artículos de la partida 85.39), limpiaparabrisas, eliminadores de escarcha o vaho eléctricos, de los tipos utilizados en velocípedos o vehículos automóviles.

La fracción específica aplicable es: 512.20.99. Los demás (aparatos de alumbrado para vehículos automóviles). Regla General 1.



Las lámparas eléctricas portátiles de LEDs (partida 85.13).

El texto nos señala:

85.13. Lámparas eléctricas portátiles concebidas para funcionar con su propia fuente de energía (por ejemplo: de pilas, acumuladores, electromagnéticas), excepto los aparatos de alumbrado de la partida 85.12.

Generalmente, los dos elementos, es decir, la lámpara propiamente dicha y la fuente de energía, están montadas en conexión directa, lo más frecuentemente en una misma envolvente.

Sólo constituyen lámparas portátiles los equipos (dispositivos de alumbrado y fuente de energía) que estén diseñados para utilizarse en la mano o sobre la

persona, o para ser unidos o conectados a un objeto portátil. Dichos equipos están provistos generalmente de una empuñadura o de un mecanismo de sujeción y son identificables gracias a su forma especial y poco peso.



A continuación, tenemos algunos artículos que corresponden a la partida 8539



Lámparas de Bajo Voltaje de Halógeno



Lámparas de Tungsteno



Lámparas Ahorradoras



Tubos Ultravioleta



Lámparas de Xenón para Automóviles



Cápsulas de halógeno con tensión inferior a 100 voltios

lámparas de infrarrojos se clasifican en la subpartida 8539 49



Ubicación en la nomenclatura de las lámparas leds. Criterio mundial

Una vez comentada la ubicación arancelaria de los diversos artículos o aparatos que utilizan la tecnología de diodos emisores de luz, vamos a hablar sobre su pertenencia a la partida 8543.

Debemos considerar el funcionamiento del aparato que está integrado, entre otros componentes, por los multicitados LEDs; también es necesario tener cuidado con la denominación comercial y la arancelaria, que ha sido usada para establecer un criterio homologado en respuesta a la gran importancia comercial de las lámparas LEDs. Por su parte, las autoridades del SAT realizaron la consulta de clasificación arancelaria a la OMA y dicho organismo determinó que este tipo de productos, efectivamente, no pueden ser ubicados en la partida 8539, pues se trata de una tecnología muy distinta a las mencionadas en la citada partida, por lo que se consideró que es un producto de la partida 8543, en la que se ubican aquellos aparatos con función propia:

Los artículos con LEDs (light emitting diode), específicamente en las lámparas y bombillas que utilizan diodos emisores de luz en lugar de filamentos convencionales, se clasifican en la subpartida 8543.70, definido éste como un criterio a nivel mundial.

Les recordamos que nuestro comité arancelario está integrado por expertos peritos en la materia y que ponemos a su disposición este y otros criterios que les permitirán saber las correctas fracciones arancelarias de sus productos, obteniendo así información clave y precisa de sus operaciones de comercio exterior.



Para el caso de México, la fracción arancelaria será la 8543.70.99, correspondiente a "los demás aparatos eléctricos de alumbrado".

Creación de nueva fracción arancelaria para el Alga Nori

Por: Lic. David Morales Juárez



La crisis hipotecaria de los Estados Unidos de América (que derivó en la actual crisis financiera mundial), misma que amenaza con ahogar a muchas economías y que en palabras de Pascal Lamy, Director General de la Organización Mundial de Comercio (OMC), asfixia cada día más al comercio mundial, tiene como consecuencia la pérdida de muchos miles de empleos relacionados con el comercio y orilla a los gobiernos a regresar a las medidas proteccionistas, que empeoran una situación ya de por sí mala.

Es una realidad innegable que la producción de muchos artículos que consumimos diariamente se efectúa con materiales procedentes de todo el mundo. En el escenario actual donde los aranceles y los obstáculos que los países imponen al comercio exterior van en aumento, los inversionistas emprenden la difícil tarea de tratar de reducir sus costos de producción en aras de hacer más competitivos sus productos.

En este contexto, las empresas se encuentran ante un gran reto: el ser y hacer que sus productos sean más competitivos. La pregunta inevitable es ¿cómo lograr mayor competitividad? No es desconocido que una alternativa muy socorrida en el escenario mundial es que muchas empresas migren sus centros de producción hacia los países que ofrecen mayores bondades para abatir sus costos, capitalizarse y mantenerse solventes.



Ahora, el tema de la competitividad no se limita a la productividad de las empresas, sino que la globalización de la producción, derivada de la incursión de las empresas en los mercados extranjeros, invita e incluso exige que los países lo sean también. En otros términos, las naciones deben hacerse atractivas para los inversionistas extranjeros y ofrecer alternativas que permitan que esa inversión se traduzca en empleo permanente y así lograr la presencia de las empresas y sus productos en el mundo.

México no puede aislarse de este fenómeno, debe ser sensible a esta realidad y proporcionar las herramientas que lo coloquen en una posición aventajada para ser receptor de inversión extranjera directa que contribuya al crecimiento económico del país.

Las naciones deben hacerse
Atractivas
para los inversionistas extranjeros





Así las cosas y en el centro de este escenario negativo y de recesión mundial, encontramos que nuestro país posee una posición privilegiada, pues México cuenta con una red de 12 tratados de libre comercio con 44 países (TLCs), 28 acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones (APPRI) y 9 acuerdos de comercio (acuerdos de complementación económica y acuerdos de alcance parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), situación que debe ser aprovechada para atraer inversión extranjera directa con la finalidad de crear empresas con la consecuente derrama económica que se traduce en inversión directa y empleos permanentes.

Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la ALADI.

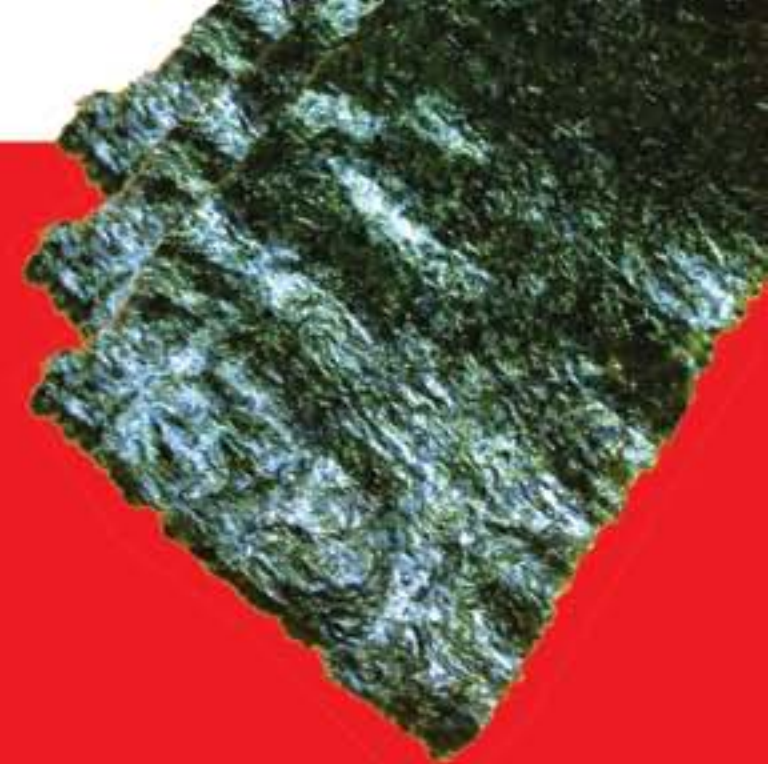
En México la encargada de instrumentar las políticas públicas encaminadas a la creación de empresas, emprendedores y empleos es la Secretaría de Economía que, de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública, tiene como misión de manera enunciativa las siguientes actividades: proyectar, organizar, promover, fomentar e instrumentar las políticas generales de la industria, comercio exterior, determinar los aranceles de importación y exportación para la generación de más y mejores empleos y más y mejores empresas mexicanas.

Como consecuencia de los objetivos de la Secretaría de Economía, en los últimos treinta años México ha participado satisfactoriamente en el mercado internacional, esto atiende fundamentalmente a las políticas que propugnan por un mayor nivel de competitividad en el ramo de las manufacturas; ahora nuestro país se caracteriza por tener industrias especializadas de diversa naturaleza que elaboran una gran multiplicidad de productos para la exportación.

Un ejemplo de este esfuerzo del sector empresarial lo constituye la publicación del pasado 23 de noviembre del 2012 en el Diario Oficial de la Federación, del decreto por el que se modifican diversos aranceles de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación con el que particularmente se crea una fracción específica para la importación de alga *Porphyra Yezoensis* (nori). El cultivo y utilización de este tipo de alga es muy diverso, el alga nori es un producto básico de la comida japonesa utilizada para alimentos como el sushi, y la creación de una fracción específica y la desgravación de este producto como el propio decreto sostiene, pretende ofrecer a la industria nacional y a los consumidores mexicanos mejores condiciones de acceso a los insumos o bienes no producidos en el país o producidos de forma insuficiente para abastecer el mercado nacional y que están disponibles en los mercados internacionales, a fin de abatir costos y con ello propiciar su competitividad y mejores precios al consumidor final, lo que mejorará la posición competitiva del país en los mercados internacionales.

La creación de una fracción específica para este producto no es una casualidad, sino el resultado de la armonización de varios factores:

- A)** La visión y valentía de diversos empresarios de la industria de alimentos japoneses al apostar por la inversión en México, a pesar del escenario mundial adverso.
- B)** La asesoría especializada de TLC Asociados que se involucra, elabora y conduce el proyecto por las vías legalmente establecidas, de tal manera que sirve de puente hacia las autoridades y allana lo complicado y confuso de las leyes para cumplir con los requisitos para obtener beneficios conjuntos como país y empresa.
- C)** Sensibilidad de diversas autoridades mexicanas vinculadas a las necesidades de las empresas que fomentan la creación de empleo e inversión directa.



文化

Ante el ambiente económico mundial, México se encuentra en una situación Privilegiada

La intervención de **TLC Asociados** para lograr la creación de esta nueva fracción arancelaria le ahorrará al menos **30 millones de pesos** anualmente, a la industria de Comida Japonesa en México

日本

投資

Con la creación de esta fracción se incentiva la inversión extranjera

Con la creación de esta fracción se incentiva la inversión extranjera que incide directamente en beneficio de México, a través de la generación de nuevas fuentes de empleo permanente, al mismo tiempo que favorece la competitividad y el crecimiento de la industria de los alimentos japoneses en nuestro país.

Por todo lo anterior, es oportuno felicitar a la comunidad de inversores japoneses por creer en México, tener el compromiso y disposición de trabajar por mejores productos de mayor calidad hechos en México.

En otros términos, esto significa que con el apoyo y el correcto asesoramiento por parte de especialistas, como TLC Asociados, se puede acceder satisfactoriamente a los mecanismos y beneficios legales que el gobierno mexicano facilita a través de diversas leyes.

Así pues, con acciones como la que se comenta, se coadyuva a desmitificar el miedo a las importaciones, ya que la liberación de aranceles a ciertos productos no significa retroceso ni pérdida de competitividad, pues por el contrario y como se ha comentado, hay que aprovechar los acuerdos comerciales que se tienen suscritos para atraer inversión extranjera directa para crear empresas que contribuyan a la creación de fuentes de trabajo, sin detrimento de la calidad del mismo como sucede en otros países.

David Morales Juárez

Licenciado en Derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México. Estudio técnico en contaduría en la U.N.A.M. Ha cursado diversos estudios: Curso marcas, los nombres y avisos comerciales y el procedimiento administrativo para su registro, marcas notoriamente conocidas y combate a la piratería impartidos por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, Seminario Causales de ilegalidad en el procedimiento contencioso administrativo impartido por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente cursa la Especialidad en Derecho del Comercio Exterior impartida por la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Derecho en la Universidad Nacional Autónoma de México. Se desempeña como abogado en la firma TLC, Asociados, S.C., forma parte del Comité Jurídico de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana Delegación Baja California y también se encuentra acreditado como Cabildero ante LXII Legislatura de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

DIFERENCIA

entre el
Representante Legal
de una
Sociedad mercantil
y un
Apoderado
o **Mandatario.**

Por: Lic. Patricio Orozco Loza

“En la práctica legal profesional, particularmente en materia de Comercio Exterior y Aduanas, es común encontrarse con la confusión por parte de la propia autoridad entre lo que es el Representante Legal de una sociedad mercantil y lo que es un Apoderado o Mandatario.”

Patricio Orozco Loza

Egresado de la Licenciatura en Derecho (con honores) por la Universidad de Guadalajara, generación año 1994 - 1998. Realizó Estudios de Postgrado en "Business Law" en la Universidad de California San Diego, en el año 2003 - 2004.

Fue miembro de la Firma de Abogados Baker & Mackenzie, Abogados, S.C. del año 1998 al año 2006, en la Ciudad de Tijuana, B.C.

Actualmente se desempeña como Abogado Corporativo y Titular de la Correduría Pública No. 23, para la Plaza del Estado de Baja California. Desde el año de 2006 a la fecha.

“LA REPRESENTACIÓN DE TODA SOCIEDAD MERCANTIL CORRESPONDE ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE A SU ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN”

En la práctica legal profesional, particularmente en materia de Comercio Exterior y Aduanas, es común encontrarse con la confusión por parte de la propia autoridad entre lo que es el Representante Legal de una sociedad mercantil y lo que es un Apoderado o Mandatario. Esta confusión en ocasiones puede tener consecuencias graves en perjuicio por ejemplo de empresas importadoras, como lo es en el caso en el que la Autoridad Fiscal identifica que hay empresas cuyo apoderado legal es la misma persona de una diversa que ha sido dada de baja del padrón de importadores por alguna violación determinada a las leyes de la materia, y de forma automática la autoridad procede a dar de baja a las demás empresas que identificó tienen el mismo apoderado legal. Bajo el argumento de que en dichas empresas existe identidad en su Representante Legal, justificando así que se verifica una causal de baja de dicho padrón de importadores, causando graves perjuicios a las empresas. Es necesario establecer claramente cuáles son las diferencias que existen en su naturaleza jurídica entre la figura del Representante Legal de una sociedad mercantil y la figura del Mandatario o Apoderado Legal. Según lo establecido por la Ley General de Sociedades Mercantiles, la representación de toda sociedad mercantil corresponde única y exclusivamente a su Órgano de Administración, es decir en el caso de la Sociedad Anónima corresponde al Administrador Único o Consejo de Administración y en el caso de la Sociedad de Responsabilidad Limitada corresponde al Consejo de Gerentes o al Gerente Único en su caso. De la lectura del segundo párrafo del

artículo 10 de la ley de la materia, podemos apreciar que existe una clara diferenciación entre lo que es el Órgano de Administración como tal, que lo constituye el Consejo de Administración o el Administrador Único, y lo que es un apoderado. Inclusive es precisamente el propio Órgano de Administración de la sociedad quien está facultado para otorgar poderes a terceras personas, además de la asamblea de accionistas.

Ahora bien, siguiendo en este orden de ideas, es importante continuar con el análisis de lo que establece la propia Ley General de Sociedades Mercantiles con respecto al tema de la representación legal de una sociedad. Para de esa forma precisar algunas de las claras diferencias que existen entre la figura del Representante Legal y el Mandatario o Apoderado. Existen varias obligaciones, responsabilidades y prohibiciones propias del Órgano de Administración de una sociedad mercantil, que es quien lleva la Representación Legal de la misma. Por ejemplo podemos decir que el Órgano de Administración de una sociedad está obligado a prestar una garantía a favor de la socie-



REPRESENTANTE LEGAL ES QUIEN OSTENTA O QUIEN LLEVA LA REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA Y LA ADMINISTRACIÓN DE LA MISMA.

dad para el buen ejercicio de su encargo como Representante Legal de la Sociedad, no así un simple mandatario o apoderado legal de una sociedad. A este respecto la Ley General de Sociedades Mercantiles, establece la obligación de prestar garantía por parte del Representante Legal, no así del apoderado. De igual forma la ley de la materia en su artículo 158 impone responsabilidades solidarias al Representante Legal (Órgano de Administración) de la sociedad, más no así un mandatario o apoderado legal.

El Representante Legal de una sociedad es una figura mucho más compleja en su funcionamiento, atribuciones, obligaciones, responsabilidades y prohibiciones, que un mandatario o un apoderado. El Representante Legal es quien ostenta o quien lleva la Representación Legal de la Empresa y la Administración de la misma. Por lo que dicha figura legal regulada por la Ley General de

Sociedades Mercantiles lleva implícito un cúmulo de restricciones y responsabilidades para con la propia sociedad y para con terceros, Por lo que difiere en mucho de la figura del -mandatario o apoderado.

La ley de la materia en sus artículos 161 y 163 establece un procedimiento para ejercer acción de responsabilidad contra el Representante Legal de una sociedad mercantil, estableciendo que dicha acción de responsabilidad puede ser procedente únicamente por acuerdo de la asamblea general de socios o accionistas, no así para el caso de un simple mandatario o apoderado de la sociedad, para quien no aplica este requisito de procedencia para el ejercicio de la acción de responsabilidad civil. Por lo que resulta claro que en efecto el Representante Legal de una sociedad mercantil no es un apoderado o un mandatario en sí mismo, sino que el Representante Legal de una sociedad es una figura legal prevista por la Ley General de Sociedades Mercantiles la cual conlleva diversas obligaciones, requisitos y prohibiciones específicas, propias de dicha figura.

Por lo tanto, como ya quedó establecido en los razonamientos que anteceden, es claro que el artículo 10 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, en su primer párrafo establece en forma genérica que la representación de toda sociedad mercantil corresponderá a su administrador o administradores, quienes podrán realizar todas las operaciones inherentes al objeto de la sociedad, salvo lo que

“El artículo 10 de la Ley General de Sociedades Mercantiles establece claramente la diferencia entre el Órgano de Administración y lo que es un apoderado.”

expresamente establezca la ley y el contrato social. Asimismo, establece que el órgano de administración de las sociedades o la asamblea de socios, puede otorgar poderes a personas ajenas a dicho órgano sin restricción de las facultades de éste. La razón de que la ley admita que la administración tanto de una sociedad de responsabilidad limitada como de una sociedad anónima pueda confiarse a personas no socias de las personas morales, tiene la finalidad de dar elasticidad de organización y no cerrar el camino a necesidades distintas que pueden manifestarse en la imposibilidad de los socios de asumir directamente los cargos de administración, o en la conveniencia de acudir a especiales competencias y aptitudes de personas extrañas. Así, se distingue entre representación funcional u orgánica, de la negocial u otorgada por virtud de un mandato.

Únicamente esta última es representación en sentido técnico, en tanto que los administradores son orgánicamente los Representantes Legales de la Sociedad. El cometido de todo administrador es, naturalmente, el de administrar el patrimonio de la persona jurídica; es aquel a quien se confía la realización de los fines de la sociedad; comprende todos los medios que sirven para la consecución del objeto indicado en el acta constitutiva; por ello, se acumulan en él los poderes de la capacidad jurídica que son fundamentalmente de formación y de declaración de la voluntad del ente.

Administración y representación corresponden precisamente a la aplicación de estas dos prerrogativas del órgano. Por lo tanto, el nombramiento del órgano de administración no confiere ningún mandato, aunque el artículo 142 de la referida ley, establezca que la administración de la sociedad anónima

estará a cargo de uno o varios mandatarios temporales, y el 157 que los administradores tendrán la responsabilidad inherente a su mandato y la derivada de las obligaciones que la ley y los estatutos les imponen. La representación y el mandato se distinguen de una manera especial en una persona moral, dado que los representantes legales de ésta son órganos para la formación y ejecución de la voluntad social y por ello en cierto sentido son parte integrante de la misma persona moral y se identifican con ella, en tanto que los mandatarios de la misma persona moral no forman parte de ésta, sino que son personas extrañas a la persona moral en cuestión.

Esta diferencia se basa en que el objeto de una sociedad tiene dos dimensiones en contraste, a saber, un lado negativo, por cuanto los representantes legales de ella no están facultados ni pueden realizar actos que sean contrarios o ajenos al objeto social, y otro lado positivo, en virtud de que dichos representantes legales en principio están facultados y pueden llevar a cabo todos los actos que se requieran para la realización del objeto social. De este último aspecto se deriva la regla general de que los integrantes del órgano de administración de la sociedad, como representantes de la sociedad, en principio están facultados y pueden llevar a cabo todos los actos que requiera la realización del objeto social, salvo las limitaciones que expresamente se les hayan impuesto, puesto que de conformidad con lo previsto por el primer párrafo del artículo 10 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, podrán realizar todas las operaciones inherentes al objeto de la sociedad, salvo lo que expresamente establezca la ley y el contrato social.

En cambio, para los mandatarios, aun los de una sociedad, rige la regla inversa, o sea, que sus facultades son sólo aquellas

que expresamente se les hayan conferido para realizar determinados actos. A diferencia de los deberes legales y sociales de los administradores como órgano social, previstos por la ley o el acta constitutiva, o acuerdo de asamblea, las obligaciones de los mandatarios están reguladas por el Código Civil Federal y los Códigos Civiles para las Entidades Federativas.

Los deberes de los administradores pueden agruparse en dos grandes categorías: deberes que se reflejan en las relaciones internas, es decir, frente a los socios y a la sociedad, y deberes que se reflejan en el exterior, frente a los acreedores y frente al público en general.

La acción de responsabilidad de la sociedad contra los administradores es de naturaleza social y corresponde a las asambleas de las sociedades de responsabilidad limitada y anónima, porque tiene por objeto reintegrar el capital social perdido por los abusos o mala gestión de los administradores. Luego, cuando alguno de los administradores de una sociedad de responsabilidad limitada o anónima, pretende fincar responsabilidad en contra de otros de la misma sociedad, es requisito que esa responsabilidad sea exigida por la asamblea general de accionistas, la que designará la persona que haya de ejercitar la acción correspondiente, como lo prevén los artículos 76 y 161 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Por otra parte, la acción de responsabilidad civil contra los representantes o mandatarios de una sociedad mercantil, por no ser éstos administradores de la sociedad, según lo antes considerado, no está sujeta a la mencionada condición o requisito de procedibilidad, sino que puede ejercitarse en cualquier tiempo, a falta de pacto en contrario, de conformidad con lo dispuesto por el código civil. En

**"PARA LOS MANDATARIOS,
AUN LOS DE UNA SOCIEDAD,
SUS FACULTADES SON SÓLO
AQUELLAS QUE EXPRESAMENTE
SE LES HAYAN CONFERIDO PARA
REALIZAR DETERMINADOS ACTOS."**

consecuencia, si en un juicio una persona moral ejercita la acción de responsabilidad civil, contra otra física o moral que fungió como su mandatario, no puede considerarse que la acción está sujeta al requisito previo de que la asamblea de socios acuerde el ejercicio de la acción conforme a lo previsto en los artículos 76 y 161 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, porque ese requisito sólo se surte cuando la acción se ejercita contra los administradores orgánicos (Representantes Legales) de la sociedad.

Finalmente dentro del presente análisis, es importante incluir el criterio que nuestro más alto tribunal sostiene con respecto de la diferencia que existe entre la figura del Representante Legal de la sociedad y el apoderado o mandatario de una sociedad, sin olvidar que el criterio que se cita a continuación fue emitido en Contradicción de Tesis de Jurisprudencia por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, criterio que constituye jurisprudencia firme que es de observancia obligatoria por parte de todo tribunal jurisdiccional en nuestro país y debe de ser observado por parte de toda autoridad desde luego. Incluyendo al Servicio de Administración Tributaria.

“Contradicción de tesis 33/2002-PS.”

CORREDORES PÚBLICOS. ESTÁN FACULTADOS PARA DAR FE DE LA DESIGNACIÓN DE REPRESENTANTES LEGALES DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES Y DE LAS FACULTADES DE QUE ESTÉN INVESTIDOS (REPRESENTACIÓN ORGÁNICA), CUANDO SE OTORGUEN EN LA CONSTITUCIÓN, MODIFICACIÓN, FUSIÓN, ESCISIÓN, DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE AQUÉLLAS.

Conforme a los artículos 6º., fracciones V y VI, de la Ley Federal de Correduría Pública y 54 de su Reglamento, a los corredores públicos corresponde actuar como fedatarios para hacer constar los contratos, convenios, actos y hechos de naturaleza mercantil (excepto en tratándose de inmuebles), así como en la constitución, modificación, fusión, escisión, disolución, liquidación y extinción de sociedades mercantiles, en la designación de sus representantes legales y facultades de que estén investidos, y en los demás actos previstos en la Ley General de Sociedades Mercantiles. Ahora bien, si se toma en cuenta que la representación orgánica comprende actos como el nombramiento y facultamiento de los órganos de representación de las sociedades mercantiles (Consejo de Administración, Administradores o Gerentes), por ser éstos quienes en términos del primer párrafo del artículo 10 de la Ley General de Sociedades Mercantiles representan orgánicamente a la empresa, es indudable

que los corredores públicos están autorizados para certificar tales actos; sin embargo, no están facultados para dar fe del otorgamiento de poderes o mandatos, los cuales son actos jurídicos de índole civil regulados por la legislación común, pues el mandato es un contrato previsto en los Códigos Civiles de todas las entidades federativas del país y que implica un acto de representación voluntaria en tanto que encuentra su fuente en la voluntad de las partes y se confiere precisamente a través del otorgamiento de un poder; de ahí que las pólizas y actas expedidas por los corredores públicos en que hagan constar la designación y facultades de representación de las sociedades mercantiles (representación orgánica), deberán admitirse para su inscripción en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio, siempre y cuando dichos instrumentos cumplan con los requisitos legales y se trate de actos exclusivamente de carácter mercantil.”



CORREDURÍA
PÚBLICA No. 23
BAJA CALIFORNIA

Your Corporate Law Firm in Mexico

Fé Pública

Constitución de Sociedades, Protocolización de Actas de Asamblea
Otorgamiento de Poderes, Copias Certificadas,
Ratificación de Contratos, Fé de Hechos

Valuación

Bienes Inmuebles, Maquinaria y Equipo, Bienes Intangibles

Contratos

Contratos de Arrendamiento, Adquisición de Bienes Inmuebles
Fideicomisos, Garantías

Asesoría Legal Corporativa

Compra-Venta de Acciones, Adquisición, Fusión,
Escisión y Liquidación de empresas

Calle Río Colorado No. 9951 - 3er. piso,
Colonia Revolución, Tijuana, B.C. C.P. 22015
(01152) 664 607-3531 y 664 607-3532

www.cp23bc.com • info@cp23bc.com



TALLERES 2013

7-8 NOV. 26-27 SEP. 22-23 AGO. 25-26 JUL. 27-28 JUN. 23-24 MAY. 25-26 ABR.

TEMA	PONENTES	SEDE
¿Cómo desarrollar un plan de negocios para colocar tus productos en el extranjero?	Lic. Daniella Martínez Rodríguez	Hotel Marriott Tijuana
Mecanismos para asegurar tus operaciones de comercio exterior en México y el Extranjero, Subvaluación .	Lic. Octavio de la Torre, Lic. Mario Cortes Lic. Yadira Donghu García	Hotel Marriott Tijuana
Tratados y acuerdos comerciales. Reglas de origen, certificados de origen TLCAN y TLCUE, Acuerdo de Asociación Transpacífica.	Por Confirmar	Hotel Marriott Tijuana
Introducción al comercio exterior para PYMES	Lic. Daniella Martínez Rodríguez	Hotel Marriott Tijuana
¿Cómo exportar a Estados Unidos de América, prohibiciones, empaque, regulaciones, logística y almacenaje?	Agente Aduanal Americano Roberto Gallegos	Hotel Marriott Tijuana
Segundo Congreso Internacional para el impulso del comercio exterior y aduanas en la frontera Noroeste de México.	Varios por Confirmar	Hotel Marriott Tijuana
e-Marketing, la Era del Comercio Electrónico	Daniel Miller	Hotel Marriott Tijuana



Capacitación

¿SABÍAS QUÉ? Conjugar la visión del sector público y privado puede hacer la diferencia entre multiplicar o perder tu inversión o hasta tu patrimonio.

Ofrecemos cursos, herramientas y diplomados con validez oficial en todo lo relacionado con **Materia Fiscal, Comercio Exterior y Aduanas**.

Convertimos a tu personal en el mejor activo de tu empresa.



CONTRATOS, TRAJES A LA MEDIDA

Por: Lic. José Luis Mora Alba

José Luis Mora

Es Licenciado Derecho por la Universidad La Salle, A.C. en el Distrito Federal, cuenta con Diplomados en Derecho Fiduciario y otro en Derecho Corporativo, ambos por el Centro de Estudios de Posgrado en Derecho. Así como un diplomado en Derechos de la Infancia impartido por la Universidad La Salle, A.C.

Cursó estudios de Maestría en Derecho Supranacional impartida por la Escuela Libre de Derecho. Y se ha dedicado profesionalmente al derecho transaccional, corporativo y fiduciario.

Este ensayo no tiene como propósito dar una larga explicación técnico-jurídica sobre los contratos, ni dar un sinfín de definiciones salidas de los libros de texto. El propósito de este ensayo es compartir mi experiencia en relación a lo que un contrato representa para las partes que lo celebran, lo que las partes buscan al realizar un acto jurídico (más allá de obligarse a sus términos y condiciones), el papel que debe jugar el abogado en el proceso de la asesoría, redacción y celebración de los contratos y demás actos jurídicos.

Lo anterior me lleva a recordar mi época como estudiante de la Licenciatura en Derecho, cuando frecuentemente escuchaba a mis profesores y compañeros comparar la labor de los abogados con el trabajo de los médicos, ya que ambos deben tener conocimiento de las cuestiones más íntimas de sus clientes o pacientes para poderlos ayudar, por lo que hacen preguntas que en ocasiones pueden resultar incómodas, pero cuya respuesta es necesaria para brindar la ayuda que los pacientes y los clientes buscan. La comparación anterior en ocasiones puede resultar muy atinada. En efecto, al abogado suelen acudir personas con problemas importantes que pueden afectar y poner en riesgo su patrimonio y su libertad. Dichos problemas son resultado de circunstancias propias de cada caso, que el abogado debe desmenuzar para poder analizar y así dictaminar la estrategia

sionales que en sí no representan una problemática legal, ni un litigio, ni demás situaciones que requieran una actitud tan inquisitiva y que motiven al abogado a indagar en las entrañas de los hechos ocurridos o de aquellos de los que son parte sus clientes. En otras palabras, el abogado tiene dos formas de actuar: la preventiva y la contenciosa, siendo en esta última que su actuar se pueda comparar con la de un médico que busca combatir una enfermedad o el malestar de alguno de sus pacientes. En ocasiones el abogado actuará de manera preventiva, ayudará a sus clientes a reducir riesgos jurídicos que se puedan derivar de actos presentes o futuros, o bien auxiliará a sus clientes para evitar cometer irregularidades y para que su actuar se apege a la norma. Este tipo de conducta preventiva del abogado se ve con

“ Al igual que los clientes del abogado, los pacientes del médico tienen síntomas que son resultado de circunstancias propias...”

jurídica que habrá de seguir para ayudar a su cliente. Asimismo, al médico acuden pacientes con problemas de salud que ponen en riesgo a la misma e incluso pueden poner en riesgo la salud de los demás. Al igual que los clientes del abogado, los pacientes del médico tienen síntomas que son resultado de circunstancias propias, que el médico deberá analizar para brindar la ayuda que el paciente necesita.

Sin embargo, no siempre la conducta de un abogado concuerda con la comparación anterior, ya que en varias ocasiones el abogado se encuentra en situaciones profe-

mayor regularidad en el mundo de los negocios. Sin embargo, también en este mundo existen los “asegures” para los abogados que deben diseñar contratos para proteger el patrimonio de sus clientes, pues su rol puede y deberá cambiar con respecto al tipo de negocio y al cliente que esté asesorando, ya que deberá combinar una serie de habilidades para lograr crear algo que seguramente será nuevo, un traje que vista al negocio, buscando llevar a cabo el proyecto que pretende su cliente de una forma correcta y especial. Es decir, la manera en que se realizará el negocio deberá ser jurídicamente viable y a la vez deberá cubrir los requerimientos y necesidades especiales de cada una de las partes

"Dicho de otra forma, la función del abogado de negocios, en especial durante la asesoría, elaboración de los documentos propios del negocio y su celebración, debe ser similar a la de un sastre."

dentro de dicho negocio.

Dicho de otra forma, la función del abogado de negocios, en especial durante la asesoría, elaboración de los documentos propios del negocio y su celebración, debe ser similar a la de un sastre.

Como se dice popularmente, cada mente es un mundo y cada persona tiene sus propias formas de hacer las cosas, sus propios gustos y sus propios caprichos. Ello no es ajeno al mundo de los negocios ni al mundo de la moda. En ambos encontramos que el dicho "en gustos se rompen géneros" tiene perfecta vigencia. Dentro del mundo de la moda encontramos una gama inmensurable de combinación de formas, colores, cortes, tipos, tamaños, accesorios, etcétera; prendas que son del gusto de algunos y del desagrado de otros y, en ocasiones, dichas prendas son adquiridas para cubrir una necesidad física o fisiológica como cubrir del frío o de la lluvia, ayudar a la vista de un sujeto con algún problema óptico, más allá de si son del gusto o no de quien las adquiere. Igualmente dentro del mundo de los negocios encontramos una gran diversidad de requerimientos, prácticas propias de cada industria o negocio, necesidades especiales y en ocasiones hasta caprichos de los clientes, los cuales podrán instrumentarse en los documentos propios del negocio, siempre y cuando no sean contrarios a derecho.

La constitución de una sociedad es un ejemplo típico en el cual el abogado se encuentra ante un trozo de tela jurídica virgen a la que pronto le será dada la forma, el color y el corte que el cliente busca. Tanto en la constitución de una sociedad como en la elaboración de un traje, el gusto, los requerimientos, las necesidades especiales y los caprichos del cliente deben tomarse en cuenta para llevar a cabo ambas tareas.

En ocasiones el cliente puede tener ciertas experiencias previas y saber perfectamente lo que quiere, en cuyo caso indicará con precisión lo que busca. En otras, tanto el sastre como el abogado deberán indagar un

poco sobre la finalidad del traje y de la sociedad, es decir, qué se busca con su creación. ¿Será un traje para una boda en la playa?, ¿será un traje para el trabajo?, ¿será un traje para un evento de gala? El abogado, en su lugar, preguntará ¿Será una sociedad prestadora de servicios?, ¿Será una sociedad cooperativa, una fundación o una sociedad mercantil? Cabe mencionar que en este punto el cliente deberá tener mucha comunicación con el sastre y con el abogado para poderles expresar perfectamente qué es lo que busca, cuáles son sus necesidades, sus gustos y como dijimos anteriormente, hasta sus caprichos; ello para que pueda tener, ya sea un traje a la medida que lo vista para la ocasión, o bien un traje a la medida que vista la operación o el negocio que va a realizar. Una vez determinada la finalidad tanto del traje como de la sociedad, el sastre y el abogado empezarán a tener una mejor idea del corte y materiales que llevará éste o la sociedad que se constituirá, y ambos profesionales podrán hacer recomendaciones a sus clientes basándose en su experiencia y conocimientos. El sastre podrá recomendar para el trabajo un traje recto de dos botones, de un color sobrio, quizá negro, y una camisa blanca con puño francés (o doble puño) y una corbata guinda. Mientras que el abogado podrá recomendar la constitución de una Sociedad Anónima de Capital Variable, con un esquema donde el control societario lo podrá tener nuestro cliente. En ambos casos, las recomendaciones serán quizá bien recibidas o rechazadas por los clientes. De tal suerte el cliente podrá comentarle al sastre qué tipo de cuello prefiere en la camisa, o si prefiere una camisa azul en lugar de blanca. Del mismo modo el

cliente podrá señalar al abogado si prefiere un consejo de administración en vez de un administrador único, sólo por citar algunos ejemplos.

En resumidas cuentas, el abogado que asesorará a un cliente en la celebración de un negocio deberá procurar hacer de los contratos un traje a la medida con el cual vestirá dicho negocio, analizando cada caso por separado y entendiendo que cada negocio, cada asunto, es distinto por más parecido que sea a algún otro, así como los trajes son distintos entre ellos pues pueden variar en la talla, en el color, en el corte, etc.

Por ello los abogados deben tener mucho cuidado en la manera en la que utilizan los formatos de contratos llamados "machotes", los cuales acepto que pueden funcionar si se utilizan única y exclusivamente como un simple trozo de tela jurídica a la cual se le dará la forma para vestir el negocio que un cliente pretende realizar, pero jamás se deberá utilizar un formato de contrato como una prenda jurídica cuasi-acabada a la cual únicamente le falta agregar algún detalle mínimo para vestir un contrato. Los formatos siempre deberán adaptarse a las necesidades, requerimientos, gustos e incluso caprichos de los clientes (cuando estos no sean contrarios a derecho).



SEGURIDAD EN EL DESPACHO

“Las empresas pueden evitar pérdidas millonarias”

De la mano seguridad y rapidez en comercio exterior: Agencia Aduanal Rodríguez (AAR).

Por: Gregorio Juárez

Actualmente las operaciones de exportación e importación para las empresas se pueden realizar de manera rápida, pero a la vez con la seguridad necesaria para evitar que la autoridad aduanera imponga sanciones y multas que perjudiquen las actividades de las empresas dedicadas al comercio exterior.

El A.A. Rigoberto Rodríguez de Agencia Aduanal Rodríguez, ubicada en la ciudad de Tijuana, cuenta con una amplia y reconocida experiencia en temas de seguridad en el despacho en el noroeste del país. Explicó a TLC Magazine cuál es la razón de que las empresas deban contar con una agencia que brinde esta seguridad en las operaciones, y que además cuente con certificaciones en sus procesos.

“La seguridad en el despacho consiste en el conocimiento y ejecución de los lineamientos jurídicos aplicables en sus distintos regímenes aduaneros...”

Nos dijo:

“La seguridad en el despacho consiste en el conocimiento y cumplimiento del marco legal que regula a los distintos regímenes aduaneros para dar certidumbre jurídica a los despachos, independientemente del sector productivo a que se dedique cada empresa; de tal forma que el resultado final del proceso,

sea un pedimento correctamente instrumentado que proporcione tranquilidad, sin poner en riesgo los bienes patrimoniales de los importadores y exportadores”.

“Los principales motivos por los que debe tomarse en cuenta la seguridad, tienen que ver con el cumplimiento de la Normatividad Aduanal en virtud de que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Secretaría de Economía y demás dependencias gubernamentales, en sus facultades de comprobación verifican constantemente el pago correcto de las contribuciones, y cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias.”

“Por otra parte, los importadores y exportadores utilizan instrumentos legales para reducir dichos impuestos o para eliminarlos”

Por otra parte, para la exención o reducción en el pago de las contribuciones, las empresas utilizan instrumentos de fomento al comercio exterior; tales como certificados de origen, decreto para franja o región fronteriza, programas de promoción sectorial y otros instrumentos que, si bien representan un gran apoyo para ofrecer precios competitivos en sus productos y/o beneficiar su flujo de efectivo, podrían resultar contraproducentes cuando estuvieran indebidamente aplicados y fueran detectados por la autoridad. De acuerdo a esto, se estaría ante la omisión en el pago de los impuestos y habría asumir las consecuencias por las sanciones y multas que resultarían. De ahí la importancia de que las empresas acudan a agencias aduanales que brinden seguridad en todos estos aspectos.

El agente aduanal añadió:

“Adicionalmente recomendamos a las empresas proporcionar a su agente aduanal, información suficiente en la descripción de las mercancías sujetas al despacho para precisar la clasificación

arancelaria y asegurar el pago correcto de contribuciones y el cumplimiento de los requisitos -técnicamente conocidos como regulaciones y restricciones no arancelarias-.”

El A.A. Rigoberto Rodríguez detalló que para el blindaje del proceso de seguridad deben participar integralmente la empresa importadora y exportadora, la bodega y el transportista, apoyados siempre bajo la guía del agente aduanal y su equipo de profesionales; esto porque de una u otra forma cada uno tiene participación directa con la mercancía y/o los documentos que conforman el embarque.

“La seguridad contribuye a la eficiencia logística”

Entre los beneficios que obtienen las empresas con la contratación de una agencia aduanal segura está la eficiencia administrativa, al tener la certeza de que posteriormente no tendrán que desembolsar dinero ni quedar mal ante sus clientes

Para Agencia Aduanal Rodríguez la seguridad incide directamente en la mejora del tiempo de respuesta, porque a mayor cumplimiento con el efecto aduanero, mayor control en los procesos logísticos, refirió el agente aduanal:

"Cuando el pedimento y el proceso integral del despacho han sido instrumentados correctamente, aún y cuando las mercancías se sujeten al reconocimiento aduanero y otros procesos de verificación por la autoridad, el resultado será sin incidencia obteniendo una rápida liberación, y el importador y

exportador estará en condiciones de cumplir con los tiempos para la entrega de las mercancías, sean estas para la producción o la comercialización de sus productos; evitando retrasos, costos de maniobras, sanciones y multas de la autoridad, y penalidades por entregas tardías a clientes", advirtió.

"Para Agencia Aduanal Rodríguez la seguridad es parte de su filosofía desde su fundación en 1940. Hoy en día la seguridad fiscal de AAR se sustenta con el uso óptimo de los sistemas y procedimientos internos, mismos que se encuentran certificados bajo los estándares de calidad de ISO 9000 y la Norma de Calidad de los Servicios Aduanales NMX-R-026-SCFI-2009."

Nuestro entrevistado nos dice: "El agente aduanal debe proveer un servicio con alto nivel de profesionalismo y experiencia de su personal para ofrecer un crecimiento sostenido en la seguridad fiscal de los despachos y un consistente nivel de satisfacción para coadyuvar en los procesos logísticos de producción y/o comercialización de los importadores y exportadores", puntualizó el especialista.

Rodríguez
agencia aduanal 

Agencia Aduanal Rodríguez

Tiene desde 1940 sirviendo y apoyando a sus socios a nivel nacional, su equipo tiene experiencia y capacidad probada, buscando mejorar los proyectos de negocio en comercio exterior.

Su infraestructura instalada en Tijuana, Ensenada y San Diego permite realizar despacho de mercancías y asesoría especializada en operación y fiscal, con equipo experimentado de más de 100 profesionistas. Es considerado como uno de las más importantes agencias aduanales a nivel nacional por el alto volumen de operaciones con un grado de puntualidad y eficiencia y garantía.

Rodríguez
agencia aduanal 

Tus socios en comercio exterior

www.aar.com.mx

Atención Personalizada

Asesoría Jurídica

Seguridad Fiscal

Excelente Tiempo de Respuesta

CERTIFIED ISO 9001-2000

TIJUANA

Tel: (664) 683 10 22
Blvd. 3ra. Oeste No. 17500-c
Fracc. Garita de Otay Tijuana, B.C.
México, C.O. 22509

SAN DIEGO

Tel: (619) 661 00 27
9565 Heinrich Hertz Dr.
Suite 1 San Diego,
CA. 92154-7910

Signos distintivos: Bienes intangibles de gran valor

Por: Lic. Héctor Cornejo González



De las diferentes figuras que la legislación mexicana prevé en materia de propiedad industrial, la marca es el signo distintivo por excelencia. La definición que de esta última ofrece el respectivo ordenamiento jurídico no puede ser mas clara y completa en cuanto al objetivo y funcionalidad de la misma, siempre mediante el correspondiente registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

El IMPI es la autoridad de naturaleza administrativa que en México se encarga de regular el sistema de propiedad industrial, así como de amparar los derechos que derivan de las diferentes figuras jurídicas que conforman esta materia. Para cumplir con esta importante labor, el IMPI cuenta, además de las oficinas centrales, con cinco oficinas regionales, mismas que se encuentran distribuidas de forma estratégica, a fin de cubrir la totalidad de las entidades que conforman el país.

El desarrollo que ha mostrado la institución es el reflejo de la importancia que la materia de la propiedad industrial está cobrando en nuestro país; lo anterior como consecuencia del conocimiento que la población tiene de los beneficios que trae consigo la protección a sus derechos, así como de los perjuicios del uso deshonesto de las marcas en el comercio. Dicho conocimiento se debe, en buena medida a las labores de difusión que cotidianamente lleva a cabo el IMPI a través de sus oficinas regionales.

De noble naturaleza resultan los derechos de propiedad industrial, pues si bien tienen como origen una disposición constitucional de carácter prohibitivo, al encontrarse en el rubro que contempla a los monopolios, estos derechos son creados con base en privilegios que nuestra Carta Magna brinda a aquellas personas cuya creatividad está destinada al bien común; tales privilegios son temporales y tienen la intención de que se

Marca: Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. La marca puede estar constituida por las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase; formas tridimensionales; nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, el nombre propio de una persona física siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.

**Instituto
Mexicano
de la Propiedad
Industrial**



cumpla la contraprestación social correspondiente, es decir, el aprovechamiento general que deriva de la creatividad individual.

La exclusividad de explotación que brindan estos derechos resulta finita para el caso de las figuras como la patente, el modelo de utilidad, los diseños industriales, el trazado de dibujos industriales y secretos industriales, más no así para las figuras conocidas como signos distintivos, dentro de las cuales se encuentra a la marca, ya que para estos últimos, los respectivos derechos, pese a ser temporales, son

también renovables por periodos de la misma duración.

El signo distintivo al cual se dedican las presentes líneas es la marca, figura que siendo registrada ante el IMPI, brinda a su titular el derecho de distinguir en el mercado, de manera exclusiva, productos o servicios a través de un elemento visual, que constituye en el ámbito comercial una carta de presentación, destinada a respaldar la calidad de los bienes y servicios que día a día libran agresivas justas, en un escenario en el que los espectadores son cada vez más exigentes.

La nobleza de los derechos que derivan de la marca, también se ve reflejada en el hecho de que no sólo se encuentran tutelados a través del registro, sino que el simple uso continuo de una marca brinda a su titular la oportunidad de defender como exclusivo el derecho de uso en un procedimiento de carácter administrativo. No obstante, la oportunidad de tal defensa cuenta con una prescripción, es decir, un plazo finito para hacerse legalmente válido.

Por lo anterior, es importante resaltar la importancia que tiene la difusión de los beneficios de la protección a los derechos marcarios, pues evita conflictos que en la mayoría de los casos ponen en desventaja a los titulares de los derechos originarios, ya que en nada se puede comparar la prevención de litigios, con la consecución de los mismos, aun teniendo los elementos idóneos de defensa. El registro de marcas ante el IMPI es el medio de asegurar el resguardo de los derechos sobre las creaciones originales.

Afortunadamente, resulta cada vez menos frecuente encontrar casos en los que, existiendo negocios exitosos por el reconocimiento que la gente tiene de la calidad de determinados productos o servicios asociados a un signo distintivo, este último no se encuentre registrado. Actualmente son pocos los casos en los que, pese a que una marca haya sido utilizada en el mercado desde hace varios años por su creador, éste no lo haya registrado

el **IMPI**, brinda a su titular el **derecho de distinguir en el mercado, de manera exclusiva, productos o servicios a través de un Elemento Visual**

legalmente ante el IMPI. A pesar de ello sucede, por supuesto, que en muchas ocasiones se hallan marcas que son utilizadas por personas que, de manera deshonesta, intentan obtener un injustificado provecho económico.

No realizar el registro de una marca repercute además de manera negativa en el comercio, pues en muchos casos dificulta, entorpece o retrasa la consecución de los trámites necesarios para la libre circulación de mercancías, puesto que las indagaciones requeridas para verificar la no afectación de derechos de terceros se complican si no existe un registro que, de manera clara y sencilla, permita identificar la titularidad de los derechos que derivan de una marca que distinga mercaderías provenientes del extranjero.

Con relación a lo expuesto en el párrafo anterior, es importante señalar que en la actualidad, gracias a los avances tecnológicos, las diversas autoridades que tienen injerencia en la protección a los derechos de propiedad intelectual,

el IMPI difunde por diversos medios la importancia de proteger los Derechos Correspondientes

tienen una mejor comunicación, a fin de cumplir cada una con sus funciones, por lo que, en la medida en la que los titulares muestren interés en la protección de sus derechos, las autoridades estarán en posibilidad de proteger los derechos correspondientes y sancionar a aquellas personas que los infrinjan.

Como se puede observar, son innumerables los beneficios que representa para el titular el registro de su marca ante el IMPI, pues si bien con éste no se puede garantizar que tal signo distintivo deje de ser objeto de ilícitos como la piratería, lo que sí garantiza el referido registro, es la posibilidad de atacar de forma efectiva a los infractores y/o delincuentes.

Es posible invocar diversos factores, a fin de atribuirles las causas por las cuales se infringen derechos de propiedad industrial sin que la sociedad en general los conciba como verdaderos crímenes, y que por lo tanto, se minimice la importancia que tiene la protección de los mismos, no obstante, tengo la firme convicción de que, en un alto porcentaje, deriva de un problema cultural.

En razón de tal deducción, aplaudo enormemente los esfuerzos del gobierno en las campañas de concientización dirigidos a la población que llegará a hacer la diferencia, es decir, a los niños.

Considero que en la medida en la que existan personas convencidas del daño que se causa a la sociedad con la trasgresión a los derechos en comento, será posible combatir de origen este problema, pues está comprobado que la efectividad de los esquemas de prevención, está muy por encima de la de los esquemas de sanción a ilícitos.

Consciente de la problemática y en cumplimiento a las funciones encomendadas a la autoridad que administra la propiedad industrial en México, el IMPI difunde por diversos medios la importancia de proteger los derechos correspondientes, a través de pláticas, congresos, seminarios y conferencias.

Con esa misma finalidad, pone a disposición de los interesados diversas herramientas informáticas, a través de las cuales se facilitan los trámites tendientes a proteger los derechos que derivan de la creación de una marca, herramientas a las cuales se puede acceder ingresando a la página electrónica del Instituto www.impi.gob.mx.



Al cierre de 2012, se rebasó la cifra de 10,000 solicitudes presentadas

Para el caso de registro y publicación, se ofrece información a través de la guía del usuario, en la que de manera sencilla se dan a conocer las definiciones y algunos ejemplos de lo que son los signos distintivos (marca, aviso comercial, nombre comercial).

A través de los servicios electrónicos que se brindan en el portal de referencia, es posible conocer si una marca se encuentra ya registrada o en trámite de registro. Esta herramienta resulta de gran utilidad pues permite conocer, antes de ingresar una solicitud de registro o publicación, si existe algún signo idéntico o similar, aplicado a determinados productos o servicios, que pudiera constituir un obstáculo para llevar a buen puerto su trámite.

El usuario cuenta también con una herramienta destinada al fácil llenado de la solicitud de registro, denominada SOLMARNET, la cual lleva de la mano al usuario mediante la simple captura de datos generales, así como aquellos correspondientes al signo sobre el cual desea un derecho de uso exclusivo.

De gran utilidad resulta para el llenado de la respectiva solicitud de registro o publicación, una herramienta denominada CLASNIZA, con la cual es posible

que el usuario encuentre la clase a la cual corresponde el producto o servicio que desea distinguir en el mercado mediante el respectivo registro o publicación.

En reciente fecha se implementó la presentación en línea que consiste en que a través del portal del IMPI es posible presentar una solicitud de registro de marca, mediante el uso de un programa de captura de datos que da como resultado final el envío de la correspondiente solicitud a la autoridad; con dicha herramienta se pretende incentivar la protección de los derechos respectivos, sin la necesidad de trasladarse físicamente a las oficinas receptoras.

Es importante mencionar que los esfuerzos de la autoridad, en conjunto con el creciente interés de los actores en el mercado, han dado como resultado un considerable incremento en la presentación de solicitudes de registro y publicación de signos distintivos, lo que deja ver que la sociedad mexicana va por buen camino en lo que a protección y respeto a los derechos de propiedad industrial se refiere, como ejemplo, tenemos que, al cierre de 2012, se rebasó la cifra de 10,000 solicitudes presentadas.

Héctor Cornejo González

Es Licenciado en Derecho por la UNAM, cursó el Diplomado en Derecho Constitucional en su Alma Mater y participó en el programa de Liderazgo Internacional "Protection of Intellectual Property Rights" del Departamento de Estado de los Estados Unidos de América.

Su desarrollo profesional ha sido principalmente en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial donde ha sido: Especialista en Propiedad Industrial en la Coordinación Departamental de Conservación de Derechos y de Examen de Marcas; Asesor en la Dirección Divisiva de Marcas; Coordinador Departamental de Resoluciones Jurídicas de Signos Distintivos y actualmente funge como Subdirector Divisiva de Examen de Signos Distintivos "A".



2do.

CONGRESO INTERNACIONAL

SEPTIEMBRE
2013

PARA EL IMPULSO DEL
COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS
EN LA FRONTERA NOROESTE DE MÉXICO

WWW.PROMEXICO.GOB.MX • WWW.TLCMAGAZINEMEXICO.COM.MX

Ofrece I-Xport una verdadera solución a maquila de inventarios

Por: Lic. Gregorio Juárez

Una empresa con más de **20** años de experiencia

En esta época en que el sector maquilador genera grandes volúmenes de producción, las empresas del ramo deben poner a consideración que tener un control total sobre sus inventarios es crucial para el buen desarrollo de sus actividades. Además, con ello podrán evitar sanciones millonarias por parte del Sistema de Administración Tributaria (SAT).

A causa de esta situación I-Xport ha desarrollado un software de control de inventarios automatizado para dar

soluciones a estos procesos y para agilizar la entrega de las mercancías generadas por la industria manufacturera. I-Xport es una empresa integrada por un equipo de más de 50 colaboradores al servicio del comercio exterior. Su objetivo primordial es ofrecer a sus clientes innovaciones tecnológicas que les permitan tener un control absoluto en sus actividades de importación y exportación mediante el desarrollo de soluciones innovadoras que se adaptan a cualquier tipo de operación.

I- Export

Empresa Mexicana Integrada por un Equipo de más de 50 colaboradores al servicio del Comercio Exterior. Tiene el objetivo primordial de ofrecer a sus clientes innovaciones tecnológicas que les permita tener un control absoluto en sus operaciones de comercio exterior. Cuenta con el respaldo de más de 180 clientes a nivel nacional que amparan sus más de 13 años de experiencia en la Industria Maquiladora ya que, gracias a la integración de diversas interfaces, pueden ofrecer una solución completa y automatizada que garantice el cumplimiento oportuno de sus obligaciones fiscales y aduaneras.

El problema es que, los departamentos de exportación e importación tienen poco personal y mucho trabajo

Cuenta con el respaldo de más de 180 clientes a nivel nacional que amparan más de 20 años de experiencia en la industria maquiladora ya que, gracias a la integración de diversas interfaces, I-Xport puede ofrecer una solución completa y automatizada que garantice el cumplimiento oportuno de sus obligaciones fiscales y aduaneras, además de proporcionarles servicio de asesoría y soporte de forma inmediata acorde a sus necesidades.

Lorena Beltrán, encargada de Administración de Soporte de I-Xport, en entrevista para TLC Magazine, explicó que hay muy pocas empresas que tienen al día el proceso de descarga de inventarios, ya que esto implica muchas actividades relacionadas.

"El problema es que, en la mayoría de los casos, los departamentos de exportación e importación en las empresas de la IMMEX (Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicio de Exportación) tienen muy poco personal y mucho trabajo porque no se le da a éste la importancia que realmente tiene para toda la empresa. Por ejemplo, si hay una auditoría del SAT en exportación e importación y no se cuenta con la información que ésta requiere, los auditores pueden imponer créditos fiscales millonarios que incluso pueden llevar a cerrar la planta y por consiguiente, a la pérdida de empleos de las personas del departamento y la planta en

general", explicó.

"Esto podría evitarse con un sistema de balance de inventarios eficiente y

un buen control, aunque con el hecho de tener un buen sistema sólo se estaría cumpliendo con un requisito que indica el programa IMMEX, pero se debe tener un sistema de control de inventarios automatizado; esto viene requerido principalmente en el artículo 59 de la Ley Aduanera", detalló Lorena Beltrán.

La representante de I-Xport comentó: "Pudiera pensarse que el tiempo de elaboración de una factura de importación o exportación para un usuario es muy corto, dependiendo de la cantidad de registros que la factura lleve y la cantidad de materiales que la empresa maneje, pero en realidad lleva tiempo y esto hace que la parte administrativa del comercio exterior se consuma totalmente en operación del área. Para las empresas este departamento debería ser uno de los más importantes por el proceso que conlleva, pero realmente le dan más importancia al departamento de producción, a otras áreas y dejan hasta el final al área de comercio exterior, afortunadamente, en los últimos años se han dado muchas buenas experiencias con relación a los directivos, que están tomando conciencia de la importancia que tiene este proceso, e

incluso hay algunas empresas que tienen ya departamentos de cumplimiento aduanero".



Algunas recomendaciones para las empresas sobre cómo apoyarse en su sistema de control de inventarios para llegar al punto importante que es el proceso de descarga serían: que los directivos comprendan que se debe contratar a una persona con los conocimientos necesarios e invertir en ellos para no ocasionarle problemas a la empresa posteriormente; en cuanto al método, podemos decir que hay muchas herramientas disponibles, dependiendo del sistema que maneje la empresa para que se pueda apoyar a los empleados; también es indispensable asegurarse de que todas las facturas estén bien capturadas y que tengan la transmisión electrónica con agencias aduanales, pues así se reduce considerablemente el margen de error en que antes se incidía, cuando no existía la transmisión electrónica y se hacía de forma manual.

Se debe conciliar la información y comparar los resultados contra un inventario físico que hay en la planta, porque algunas veces se está más enfocado en cuidar los saldos de los pedimentos, y se va dejando de lado el cotejo de tales datos en el inventario físico. "Es importante contemplar que, en teoría, el inventario que está físicamente en la planta debiera ser un inventario abiertamente en pedimentos, entonces es importante hacer estas comparaciones porque así se llegan a detectar situaciones de falta de comunicación entre los diversos departamentos de la empresa que se pueden arreglar con el uso de herramientas", indicó.

Lorena Beltrán recordó que I-Xport ofrece excelencia en el servicio de forma personalizada e inmediata; garantiza la entrega y el cumplimiento de todos los proyectos.

I-Xport

es un sistema automatizado de control de inventarios

"El nivel de dependencia de nuestros clientes hacia nosotros es prácticamente nulo, tenemos un compromiso continuo de automatización que impacta principalmente en la reducción de tiempo y costos en los procesos, y aseguramos sus operaciones de comercio exterior mediante múltiples validaciones a través de la operación diaria", estableció Lorena Beltrán de Administración de Soporte. Recalcó que I-Xport es un sistema automatizado de control de inventarios para el comercio exterior que tiene como fundamento la misión de cumplir con las necesidades jurídicas, administrativas y de sistemas, tomando como base el Anexo 24 de la Ley Aduanera, así como el Anexo IV del decreto IMMEX. Actualmente es desarrollado por un equipo de 8 programadores dedicados a automatizar las actividades de los clientes, innovando con la flexibilidad necesaria y adaptable a sus necesidades, manteniendo siempre su interfaz multi-lingüe, multi-usuario y multi-empresas.

SISTEMA ANEXO 24 EN WEB

Contamos con el respaldo de **más de 180 clientes** a nivel nacional.

- Acceso desde cualquier dispositivo
- Interfaz con Agencia Aduanal MX y US
- Interfaz con Sistema de Producción
- Facturación y Descargas
- Reporte Anual y de INEGI
- Reestructuración de Saldos de Materia Prima
- Reestructuración de Saldos de Activo Fijo
- Auditorías Preventivas
- Elaboración de Shipper/ E-manifest



I-Xport un equipo que respalda nuestro Servicio Profesional y eficiente.

www.i-xport.com

I-Xport
La solución Integral para el Comercio Exterior

Perspectivas de la economía mundial y su impacto en el comercio internacional de América Latina

Por: Dr. Ramón Padilla Pérez

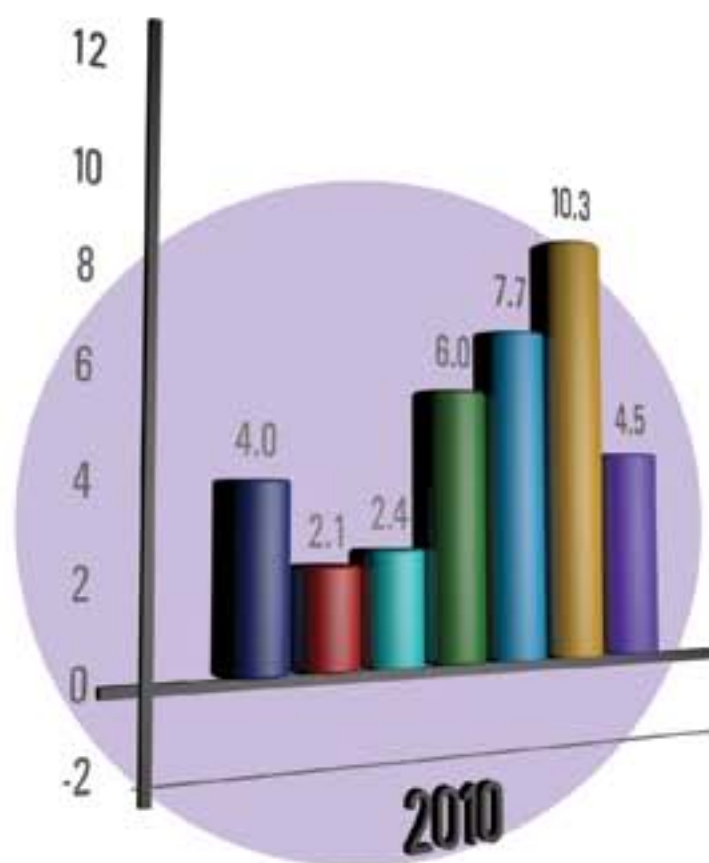
Durante el año 2010, la economía mundial estuvo caracterizada por una gran volatilidad e incertidumbre. La crisis financiera y económica, que inició hace cuatro años, sigue teniendo repercusiones.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) espera que la actividad económica global se expanda en un 2.3 % en el 2012. El 2013 será también un año de crecimiento global moderado (2.4 %), en comparación con lo observado en 2010 (4 %). (Véase el gráfico 1).¹

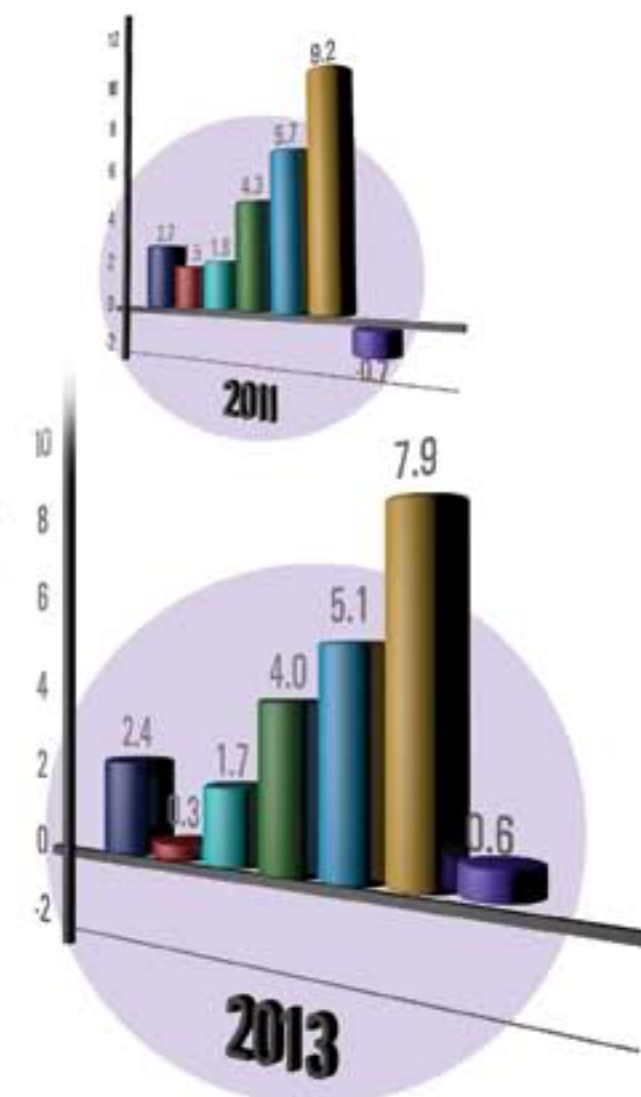
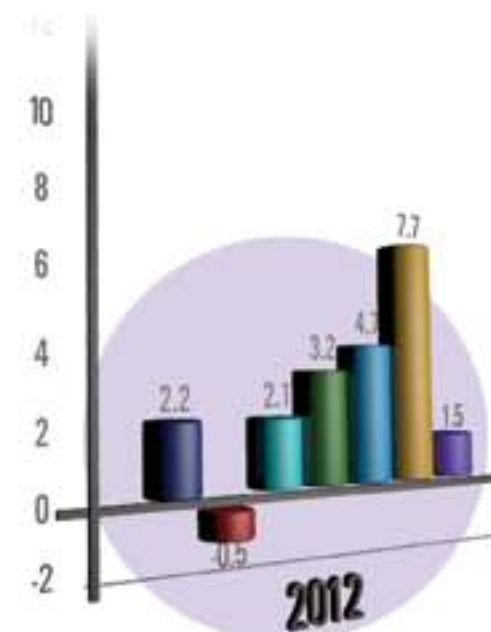
Gráfico 1 Crecimiento del PIB mundial por regiones, 2010 – 2013

(en porcentajes, cifras estimadas)

- Mundo
- Eurozona
- Estados Unidos
- América Latina y el Caribe
- Países en desarrollo
- China
- Japón



Fuente: CEPAL (2012a).



En esta ocasión, las causas principales de la incertidumbre y el dinamismo modesto son, por un lado, la crisis de la zona euro y por otro, el precipicio fiscal de los Estados Unidos. La zona del euro está en recesión, en parte como resultado de un profundo ajuste fiscal. El recorte del gasto público está minando el crecimiento y la tasa de desempleo sigue estando en niveles muy elevados. Se espera que la actividad económica de la zona euro tenga una caída del 0.5 % en 2012 y una leve recuperación del 0.3 % el 2013.

La economía de Estados Unidos muestra un mejor desempeño que la zona euro, pero su recuperación sigue siendo frágil. Se estima que tendrá un crecimiento del 2.1 % y 1.7 % en 2012 y 2013, respectivamente. No obstante, existe una amenaza real de una mayor desaceleración, e incluso una recesión en 2013, ante el llamado precipicio fiscal. Éste consiste en la entrada en vigor automática de mayores impuestos y recortes del gasto

por un total de 560 000 millones de dólares (un 4.7 % del PIB), si no se alcanza un acuerdo político en el Congreso para postergar una parte de dichas medidas. El ajuste fiscal busca revertir el crecimiento acelerado de la deuda pública, que aumentó casi 40 puntos (como porcentaje del PIB) en los últimos cinco años. El pronóstico de crecimiento para 2013 (1.7 %) considera un escenario más optimista, en el que el Congreso aprobaría la postergación de una parte de los recortes del gasto y los aumentos de impuestos.

¹ Este artículo fue escrito con la información disponible al 12 de diciembre del 2012.

La **CEPAL** estima una expansión de la economía de América Latina del **3.2% y 4% en 2012 y 2013 respectivamente**

América Latina ha resentido y resentirá el menor dinamismo de sus principales socios comerciales y de la economía global en general. La CEPAL estima una expansión del 3.2% y 4% en 2012 y 2013, respectivamente.

Existe una fuerte correlación entre el desempeño de la actividad económica y el del comercio internacional. En 2010 el comercio mundial tuvo una fuerte recuperación, al igual que la actividad económica global, después de la contracción registrada en 2009. La CEPAL estima que en 2012 el crecimiento del volumen del comercio global será inferior al 3%, en comparación con una tasa media anual del 5.1% en las dos décadas previas a la crisis financiera del 2008-2009 (CEPAL, 2012b).

Para América Latina, el valor de las exportaciones tuvo una marcada desaceleración, al pasar de un 22.3% en 2011 a un estimado del 1.6% en 2012 (CEPAL, 2012a).

En los próximos cinco años el crecimiento de los países industrializados se mantendrá en un nivel bajo, mientras que el de los países en desarrollo tendrá solamente una ligera desaceleración. De hecho, en este período, dos tercios del crecimiento mundial serían aportados por los países en desarrollo. En la misma línea, se espera que los montos del comercio internacional "sur-sur" sobrepasen los del "norte-norte" antes del 2020 (CEPAL, 2012b).

Este escenario plantea necesidades y oportunidades para los países latinoamericanos. En primer lugar, América Latina debe fortalecer sus vínculos comerciales con las economías emergentes. Es conveniente diseñar una estrategia regional dirigida hacia China, Corea, Japón y el resto de Asia Pacífico, aprovechando su interés en profundizar la cooperación y los vínculos económicos. En segundo lugar, existe la oportunidad de fortalecer la integración regional como una fuente de mayor dinamismo para el comercio internacional, economías de escala, complementariedades productivas y especialización. Actualmente, el comercio intrarregional sigue representando menos del 20% de las exportaciones, lo que contrasta con el 66% en la Unión Europea y 40% en ASEAN+3² (CEPAL, 2012b).

El comercio intrarregional de bienes intermedios en América Latina es reducido en comparación con lo que se observa en otras regiones. Éste representa el 10% del comercio intrarregional total, frente al 30% del ASEAN+3. A pesar de que se registra un comercio significativo de manufacturas entre los países latinoamericanos, el intercambio de bienes intermedios es reducido, lo cual es reflejo de un nivel bajo de integración productiva entre las economías de la región.

El comercio intrarregional ofrece grandes oportunidades para el desarrollo productivo de América Latina, gracias a las siguientes características: alta partici-

pación de empresas de capital nacional, incluidas las pequeñas y medianas; mayor variedad de productos; alta participación de manufacturas y empleo manufacturero, y menor concentración de las exportaciones en pocas empresas.

El cuadro 1 muestra evidencia de dichas ventajas del comercio intrarregional. Las empresas exportadoras de América Latina que mandan sus productos a los Estados Unidos y la Unión Europea comercian, en promedio, 2.6 y 3.1 productos distintos. En contraste, las que exportan a otros países de América Latina, en promedio envían 4.5 bienes distintos. Es decir, el mercado intrarregional ofrece un mayor espacio para la diversificación de la oferta exportadora.

La concentración de exportaciones por empresa es menor en el comercio intrarregional. El índice de Herfindahl-Hirschmann mide esa concentración y su valor se ubica entre 0 y 1, donde el 1 significa que todas las exportaciones de un producto determinado las hace una sola empresa, mientras que valores cercanos al 0 indican una mayor presencia de empresas competidoras. Este índice tiene un valor de 0.1 para las exportaciones a Europa, pero de 0.02 para las intrarregionales. Es decir, el mercado intrarregional también permite una mayor competencia y diversificación de empresas exportadoras.

Cuadro 1

América Latina (8 países): Número promedio de productos exportados por empresa e índice de concentración de empresas por destino, 2010

Fuente: CEPAL (2012b).

Mercado de destino	Promedio de productos exportados por empresa	Concentración Índice de Herfindahl - Hirschmann
América Latina	4.5	0.02
Estados Unidos	2.6	0.05
Unión Europea	3.1	0.10
China	1.6	0.14
Resto del mundo	3.2	0.07
Total	3.3	0.04

En síntesis, en los próximos años las economías en desarrollo aportarán una proporción significativa del crecimiento mundial y de la expansión del comercio internacional. Por el contrario, los principales socios comerciales de América Latina tendrán un menor dinamismo. Una mayor integración intrarregional y con otras economías emergentes ofrece oportunidades significativas para una expansión comercial más dinámica y con un mayor impacto en el desarrollo productivo de la región.

Bibliografía

CEPAL (2012a), *Balances Preliminares de las Economías de América Latina y el Caribe*, Naciones Unidas, Santiago de Chile.
CEPAL (2012b), *Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe*, Naciones Unidas, Santiago de Chile.

Ramón Padilla Pérez

Es Oficial de Asuntos Económicos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sede subregional en México. Actualmente trabaja en la Unidad de Comercio Internacional e Industria y es el economista especialista en México. Cuenta con un doctorado por la Universidad de Sussex (Inglaterra), maestría en economía en la London School of Economics y licenciatura en economía en el ITAM. El señor Padilla ha publicado diversos estudios en revistas especializadas sobre desarrollo regional, sistema bancario, inversión extranjera, comercio internacional y política industrial, y ha coordinado equipos y participado en proyectos de asistencia a los gobiernos de México y Centroamérica en dichos temas.

² Incluye ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático: Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Brunei, Vietnam, Birmania y Camboya), además de China, Japón y Corea del Sur.

La Figura del Agente Aduanal

Agentes Aduanales de Tijuana y Tecate, A.C. (AATyT)

Por: Lic. Gregorio Juárez



» La figura del agente aduanal «

Desde 1918 los agentes aduanales han trabajado conjuntamente con las autoridades federales en la implementación y facilitación del comercio exterior, representando un factor clave en el sector productivo de México y contribuyendo en la competitividad del país.

De conformidad con el artículo 159 de la Ley Aduanera, el agente aduanal se define como la persona física autorizada por la SHCP, mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías en los diferentes regímenes aduaneros previstos en la Ley Aduanera.

El despacho aduanero es el conjunto de trámites que el agente aduanal debe realizar en la aduana, en representación de los importadores y exportadores para acreditar el pago de contribuciones y el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, con la finalidad de atender puntualmente la normatividad doméstica al movimiento logístico de las mercancías.

Los agentes aduanales son asesores de los importadores y exportadores y realizan, entre otras, las siguientes tareas:

- Son representantes legales de los importadores y exportadores.
- Están encargados de la correcta aplicación de aranceles.
- Fungen como peritos aduaneros ante autoridades competentes.
- Realizan la preverificación de los embarques.
- Determinan el régimen aduanero.
- Participan en la planeación aduanera de las empresas.
- Prestan servicios de outsourcing de tráfico en las empresas.
- Brindan sistemas de información aduanera estratégica para las empresas.

AGENTES ADUANALES
DE TIJUANA Y TECATE A.C.

» Antecedentes de la Asociación «

Fue el 25 de marzo de 1980 cuando los agentes aduanales fundadores, el Ing. Enrique Troncoso Serrano, el Lic. Luis González Ramírez, el Sr. Jesús Navarro Elizondo, el Sr. Emilio Rodríguez Hernández, el Sr. José Luis Romero Galaviz, la Sra. María Elena González de Castilla y el Sr. Fidel Gutiérrez Moreno decidieron acudir ante notario público para formalizar la constitución de la Asociación de Agentes Aduanales de Tijuana y Tecate (AATT), siendo uno de sus objetivos primordiales representar a los miembros de la Asociación y desarrollarse en el ámbito del comercio exterior, así como integrarse a la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM) y mantener una relación institucional para el mejoramiento colectivo de los miembros.

La Asociación de Agentes Aduanales de Tijuana y Tecate cuenta con 41 miembros, de los cuales 33 son de aduana de adscripción local y ocho de aduana de adscripción nacional. La institución está integrada a la CAAAREM, organismo que agrupa a 38 asociaciones de la República y a más de 900 agentes aduanales. La Asociación de Agentes Aduanales está representada también a través de CAAAREM en la Asociación de Agentes Aduanales de América y en la Federación Internacional de Agentes Aduanales.

**“La AATyT
cuenta con
41 miembros”**

» El agente aduanal en el desarrollo y modernización del sistema aduanero mexicano «

La AATT ha tenido una participación importante en el desarrollo y modernización del sistema aduanero mexicano. La entrada en vigor de la nueva Ley Aduanera en abril de 1996 trajo diversos cambios en el proceso del despacho aduanero. Los cambios consistieron en la introducción de mecanismos que permitieran valorar la mercancía de acuerdo con lo establecido por el artículo VII del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), así como el cambio del sistema aleatorio por un Sistema Automatizado Aduanero Integral (SAAI); se reformaron los métodos para el control de los agentes aduanales y sus representantes, y fue la AATT quien realizó las primeras pruebas de los nuevos sistemas. Durante la implementación siempre se trabajó muy de cerca con la autoridad aduanera para el logro de los objetivos.

La implementación del pre-despacho en la importación de ciertos productos agrícolas, mecanismo de control y simplificación, ayudará a agilizar la exportación y mejorará la competitividad del sector, siendo Tijuana el único punto en esta modalidad en la República Mexicana.

El acelerado ritmo de crecimiento de las empresas internacionales ha mostrado un repunte en los movimientos de carga y logística de las mercancías, por ello, la tecnología ha sido fundamental para el control y simplificación al momento de realizar el despacho de las mercancías; la Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano (VUCEM) es el emblema de modernidad por ser una aduana sin papel, ya que el nuevo esquema busca realizar por vía digital los documentos y demás requisitos para el despacho aduanero.

La autoridad contempla continuar actualizando sus sistemas y modernizando los procesos para aumentar la competitividad y mantener a México dentro de los estándares internacionales con la intención de mejorar calificaciones en el exterior en el aspecto económico y de seguridad y con ello, ser un mercado más atractivo para la captación de inversión extranjera.

Los mecanismos de control y simplificación proyectados por la autoridad son:

VUCEM (Aduana sin papel)	Homologación de criterios
Nuevo Esquema de Empresas Certificadas	Pago Electrónico Centralizado
Sistema de Operación Integral Aduanera	Facilidades aduaneras
Reanudación de actividades	Ampliación de horarios
Alianza para el Comercio Seguro (ACS)	Inscripción en el Padrón de Importadores
Administración de Riesgos	Sistema de Análisis Automatizado a Priori Aduanal (SAAPA)

Para mayor información, favor de comunicarse a las oficinas de la Asociación de Agentes Aduanales de Tijuana y Tecate, A. C. al teléfono (664) 682-8555.



AATyT

Fundada en 1980 con el objeto de representar los intereses de los Agentes Aduanales de Tijuana y Tecate cuenta entre sus más de 40 agremiados a los principales profesionales aduanales del Estado de Baja California. La AATT brinda a sus integrantes además de un frente común para apoyar o combatir disposiciones que afecten el correcto desarrollo del Comercio Exterior programas de capacitación continua para sus afiliados.



"Blindando a nuestros asociados en la frontera más privilegiada"



Profesionista representante de los importadores y exportadores en el despacho aduanero.

Servicios:

- Asesoría en Clasificación Arancelaria, Despacho Aduanero, Jurídica Aduanal.
- Tecnología y Logística Aduanal.
- Representación y Sistema de Gestión.
- Soporte Operativo en la Prevalidación.
- Capacitación Continua en Materia Aduanera.
- Boletín "Informativo del Día".
- Bolsa de Trabajo.
- Centro de Negocios.

AGENTES ADUANALES DE TIJUANA Y TECATE A.C.

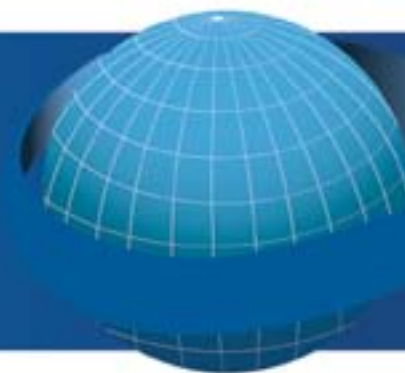


Siempre a la vanguardia representando a los Agentes Aduanales e impulsando el desarrollo y modernización del sistema aduanero Mexicano.

Tel: (664) **682-8555**

www.agentesaduanales.org

Sebastian Vizcaino #160, Fracc. Garita de Otay Tijuana, B.C., México.



TLC asociados

Derecho Fiscal, Comercio Exterior y Aduanas
Litigio, Consultoría, Capacitación Fiscal

Estrategia Fiscal

¿SABÍAS QUÉ? Si eres una empresa que dictamina sus estados financieros, para conocer tu situación fiscal la autoridad ejercerá sus facultades de comprobación de manera directa, sólo cuando se acredite que los datos proporcionados por el contador público autor del dictamen fueran insuficientes o incompletos.

La productividad fiscal es un recurso financiero que aporta a la consolidación o crecimiento de los negocios de tu empresa u organización. Por eso, nos enfocamos en lograr los mayores beneficios fiscales para nuestros clientes, siempre dentro de un estricto cumplimiento al marco de la ley.

¿SABÍAS QUÉ? Dentro del marco de ley, puedes proyectar a futuro una acción determinada con efectos fiscales a fin de colocarte en la situación jurídica más favorable en cuanto al impacto impositivo.

www.tlcasociados.com.mx

México DF

Tel. (55) 5280.3267 y (55) 2623.1639
World Trade Center Ciudad de México, Piso 31 Of. 12,
Calle Montecito 38, Nápoles, Ciudad de
México D.F., C.P. 03810

Tijuana B.C.

Tel: (664) 634.0189 y (664)682.3901
Torre Platino Piso 1 Int. 102, Blvd
Sanchez Taboada 10498, Zona Río,
Tijuana, B.C., C.P. 22010



Requisitos generales para exportar a EE.UU. ciertos productos mexicanos

Por: Roberto Gallegos, CCS, MBA.

El exportador mexicano debe contar con un importador/comprador en los Estados Unidos de América. El importador en EE.UU. puede ser una persona física o moral que cuente con un número de seguridad social en el caso de persona física o un número de contribuyente federal, que es el equivalente al Registro Federal de Contribuyentes de la SHCP para personas morales, expedido por el IRS (Internal Revenue Service).

El importador en EE.UU. debe llenar un poder aduanal y cubrir otros requisitos según el caso; el poder debe ser firmado por la persona física y, si se trata de una persona moral, por un oficial de la compañía, presidente, vicepresidente, tesorero, secretario corporativo o alguna otra persona autorizada. Se deben verificar y cotejar las firmas con sus identificaciones.

Para los casos en que el comprador en EE.UU. no desee actuar como importador, existe una figura legal especial ante la aduana de EE.UU. llamada Importador Foráneo o Importador No Residente, bajo la cual el exportador mexicano podrá actuar como tal. Este procedimiento es menos común y es un poco más complejo por lo que será tratado en una ocasión futura.

Generalmente, para toda importación a EE.UU., se requiere una factura emitida por el exportador mexicano hacia el importador en EE.UU., una lista de empaque (si aplica) y un certificado de TLCAN (NAFTA) en caso de que se quiera obtener los beneficios que éste ofrece; la factura debe estar en inglés. No es indispensable que sea una factura fiscal electrónica autorizada por la SHCP. Cualquier documento que sea



utilizado debe contener los datos generales del importador, del exportador, fecha, número de factura, descripción detallada de los productos, país de origen de cada producto, clasificación arancelaria, valores (en dólares de preferencia), el peso y los bultos totales del embarque.

Exportación de calzado hacia EE.UU.

Para poder clasificar el calzado es necesario conocer las siguientes características:

- A) De qué material es la suela, si es calzado de tipo "Welt" o "Non Welt" que se refiere al tipo de unión entre la suela y la parte superior del calzado (esta terminología es común en la industria, por lo que el fabricante podrá proporcionar tales datos).
- B) De qué está hecha la parte superior y, si es de piel, de qué tipo de ganado (bovino, porcino, etcétera).
- C) Si cubre el tobillo o no.
- D) Si se trata de calzado de uso deportivo.
- E) Si tiene punta de acero.
- F) Información adicional dependiendo del tipo de calzado.

El calzado debe estar marcado con la leyenda Hecho en México o Made in Mexico y la caja debe también estar marcada con el país de origen.



Los destilados mexicanos no pagan impuestos aduanales a EE.UU.

Para exportación de bebidas destiladas a EE. UU.

La destiladora debe contar con el registro de establecimiento alimenticio ante la Food and Drug Administration (autoridad de salubridad de EE.UU., FDA por sus siglas en inglés) y tener el número de 11 dígitos. Este registro se obtiene directamente en la FDA. Se debe contar también con los certificados para cada tipo de destilado (blanco, añejo, reposado etc.) y su registro ante el Consejo que regula la producción de cada producto en México (CRT para el tequila y COMERCAM para el mezcal), registro en el Padrón de Exportadores (para evitar cargos por Impuesto Especial sobre Producción y Servicios -IEPS-), tarifas certificadas, factura de exportación desglosada por tipo de destilado, tamaño y capacidad de la botella, marca, y que incluya el porcentaje y/o los grados de alcohol también conocido como grados proof. Los grados proof de una bebida son el doble del porcentaje de alcohol contenido en la bebida, por ejemplo, un tequila con concentración de alcohol de 40% corresponde a 80 grados proof.

El importador en EE. UU. debe contar con:

A) Permiso federal y estatal de importación de bebidas alcohólicas (dependiendo del estado donde se vaya a comercializar) y la aprobación de cada etiqueta por el gobierno de EE.UU.

B) Si aplica, originales del/los certificado(s) del CRT/COMERCAM (en el caso de tequila y mezcal).

Impuestos: gracias al TLCAN los destilados mexicanos no pagan impuestos aduanales a EE.UU., sólo se debe cubrir el equivalente al IEPS estadounidense (excise tax) en su importación. Es importante hacer notar que el impuesto no se calcula sobre el valor total de la factura de exportación sino sobre la suma total de litros proof de todo el embarque. Como ejemplo el tequila y mezcal pagan aproximadamente \$3.57 dólares por litro proof. Trataré de explicar lo anterior: supongamos que se desea exportar a E.E. U.U. un embarque de 100 cajas con 12 botellas de tequila c/u y las botellas son de 750ml. Para calcular el impuesto, necesitamos multiplicar las 100 cajas por las 12 botellas. Estas mil doscientas botellas las multiplicamos por los 0.750 litros que contiene cada una. Los 900 litros del embarque se multiplican por 0.80 correspondientes a los 80 grados proof (o 40% de alcohol) lo que nos daría un total de 720 litros proof que multiplicados por los 3.57 USD daría un total de 2,570.40 USD de impuestos por el total del embarque. Por lo que cada botella de 750 ml. de 40% de alcohol (80 proof) pagaría alrededor de \$2.14 dólares de impuesto al consumo o excise tax.



Exportación de ropa

Para poder clasificar la ropa, determinar los impuestos que le corresponde cubrir para su exportación y saber si cumple con los requisitos establecidos en EE. UU., se necesita presentar la siguiente información por cada prenda de vestir:

A) Descripción detallada de la prenda (pantalón, short, blusa, camiseta, etc.), preferentemente presentando una muestra o foto de ésta.

B) Especificar si la prenda es para hombre, mujer, niño, niña o bebé.

C) Señalar si la tela de la prenda es de punto o de no punto.

D) El país de origen de la tela de la prenda y del hilo con que se hizo la tela. (este dato es de suma importancia).

E) El porcentaje de la composición de la tela de la prenda (por ejemplo, 60% algodón/40% poliéster).

Algunos tipos de prenda requieren información adicional como el peso de la tela en gramos por metro cuadrado, si la prenda tiene un sistema de cierre, la medida del ancho de los tirantes, etcétera. Dependiendo del tipo de prenda puede haber requisitos adicionales.

Nota importante. Es necesario ser muy cuidadoso al hacer estas gestiones ya que en EE.UU. la ropa está sujeta a impuestos muy altos y debido a diversas razones, algunas de las prendas producidas en México no califican para obtener los beneficios del TLCAN por no contar con la documentación necesaria para respaldar el certificado del TLCAN y por tanto terminan pagando impuestos. A continuación lo explicamos más a detalle.

En general, para que las prendas de vestir califiquen para los beneficios del TLCAN, la prenda debe ser fabricada en un país perteneciente al tratado (México, EE.UU y/o Canadá). De la misma forma, el hilo con el que se fabrica la tela así como la tela misma deben ser fabricados también en un país integrante del TLCAN. Eso significa que la fabricación del hilo que se usa para hacer la tela, el corte y ensamblado de la prenda, deben realizarse en territorios pertenecientes al TLCAN, y esto debe estar debidamente documentado por medio de cartas de origen y facturas de compra del hilo y tela, además de los registros de cortes y del proceso de ensamblaje y cualquier otro documento que pueda solicitar la aduana de EE.UU al hacer una verificación de origen.



Requisitos específicos de la etiqueta de las prendas:

A) La etiqueta principal debe estar cosida entre las costuras, no por encima. La etiqueta siempre debe ir en la parte trasera del cuello o en la parte de atrás del pantalón o short. La única etiqueta que puede ir a un costado es la de instrucciones de lavado.

B) La etiqueta principal debe contener en general la siguiente información: tamaño de la prenda, porcentaje de la composición de la tela, país de origen (Made in Mexico) y el nombre y dirección del importador en EE.UU. o del productor en México, o un número RN (Registered Identification Number) que se obtiene a través de la Comisión Federal de Comercio de EE.UU. en el sitio de Internet www.ftc.gov. Este número lo prefieren los importadores y exportadores ya que ahorra espacio en la etiqueta, pero es opcional.

Requisitos para la exportación de artesanías y artículos decorativos

Para poder clasificar los objetos de este rubro y conocer los requisitos para su ingreso a EE.UU., se necesita la descripción general de los artículos, su uso y el material del cual están fabricados. Todos los productos deben estar marcados como Hecho en México. En general estos artículos, si son fabricados en nuestro país, no pagan impuestos.

Si se trata de muebles, se debe informar de qué material están hechos y para el caso de asientos, si están tapizados o no. Sólo los asientos de madera tienen un requisito de agricultura (llamada declaración del Lacey Act), para lo cual se tiene que reportar electrónicamente el nombre científico de la madera con que se manufactura y la cantidad usada, generalmente en kilos.

Si un artículo es decorativo pero tiene la apariencia de que se pueda usar también para servir comida o tener contacto con ella, podría ser regulado por la FDA.

La FDA es la autoridad de salubridad de EE.UU. que se asegura de que estos artículos no contengan materiales nocivos para la salud, por ejemplo, que no contengan pinturas con plomo, etcétera. Para evitar complicaciones de este tipo, el artículo debe estar marcado con una leyenda en inglés que advierta que el producto no es apto para contacto con comida, por ejemplo: Not for Food Contact.

Accesorios de cocina diseñados para tener contacto con alimentos

Como mencionamos anteriormente, todo accesorio de cocina que está diseñado para tener contacto con comida es regulado por la FDA y se tiene que preparar una declaración electrónica por cada producto a la dependencia.

Para poder clasificar los artículos de cocina es muy importante saber de qué material(es) están fabricados. Todos los artículos deberán estar marcados como Hecho en México o Made in Mexico.



Un ejemplo de productos mexicanos que han tenido problemas en el pasado con la FDA para su importación a EE.UU. son los molcajetes de aglomerado y exprimidores de limón tradicionales (los que tienen un clavo en la bisagra, aún cuando se especifique que solamente son artículos decorativos). Como podrán observar cada producto presenta particularidades muy específicas por lo cual recomendamos hablar con un experto previo a la exportación de sus productos a Estados Unidos para que se preparen adecuadamente y así evitar demoras en el despacho, problemas con las agencias gubernamentales estadounidenses y quedar mal con su cliente en los Estados Unidos por la falta del cumplimiento con las disposiciones legales, situación que se puede evitar haciendo una investigación previa.

Recomendamos
hablar con un experto
previo a la exportación de
sus productos a EE.UU.



Roberto Gallegos, CCS, MBA

El Lic. Roberto Gallegos es Agente Aduanal de EE.UU. desde el año de 1994. Fue Agente Aduanal Corporativo de una conocida compañía Internacional Japonesa especializada en la fabricación, distribución y exportación de productos electrónicos de gran consumo obteniendo invaluable experiencia en el comercio internacional como: reglas de origen del NAFTA, reconciliaciones, programas de maquila, cumplimiento aduanal, FDA, textiles, programas de ensamblado entre otros.

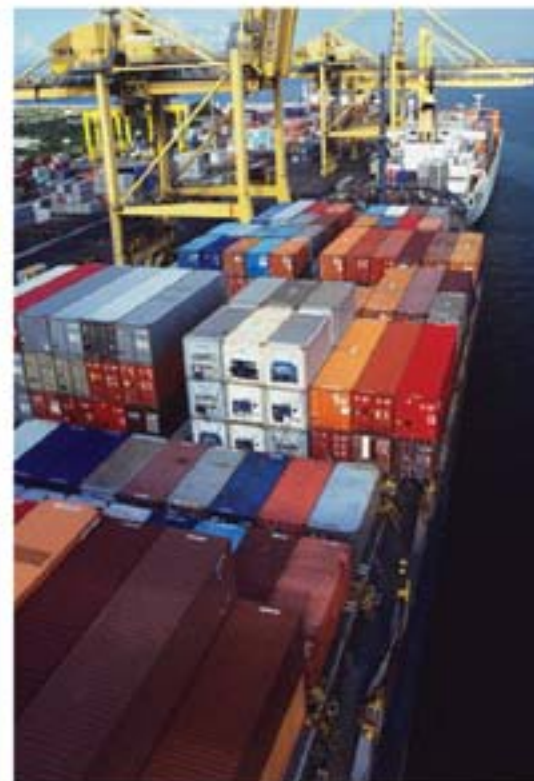
- Maestría en Administración de Empresas (MBA) de la Universidad de Redlands (U of R)
- Licenciatura en Negocios Internacionales de la Universidad Estatal de San Diego (SDSU)
- Especialista en Aduanas Certificado por la Asociación Nacional de Agentes Aduanales y de Carga de EE.UU. (NCBFAA)





GLOBE TRADE SERVICES

U.S. Customs Broker / Freight Forwarder



Servicios:

Contamos con una serie de servicios enfocados al comercio internacional como son:

- Agencia Aduanal de EE.UU.
- Desaduanamiento Remoto (RFL).
- Almacenamiento y Distribución de Mercancías.
- Coordinación de Carga Marítima y Aérea.
- Tránsitos Internacionales / IN-BONDS
- Agentes de Cargas en las principales ciudades del mundo.
- Coordinación con Agentes Aduanales Mexicanos.
- Asesoría en el Reglamento de Comercio Exterior de EE.UU.

Licencias y permisos Federales:

- Licencia de Agente Aduanal de EE.UU. No. 140156, Expedida en Abril de 1994
- Permiso Local de Aduana de EE.UU. No. 25-06-BMU
- Permiso Nacional de Aduana de EE.UU. No. 08-0010
- Permiso de Agente de Carga del Depto. de Transporte de EE.UU. No. FF-7726-P

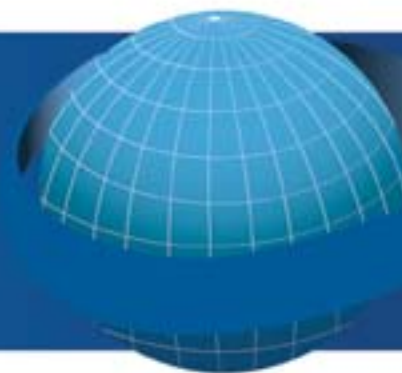
Contáctanos:

www.globetrade.us
✉ info@globetrade.us

📍 Oficina y Bodega en EE.UU.
2275 Michael Faraday
Suite 6, Olay Mesa
San Diego, CA 92154

📞 Llámanos al:

Tel: (619) 671 - 9304
Fax: (619) 671-9362
e-Fax: (619) 621-2451



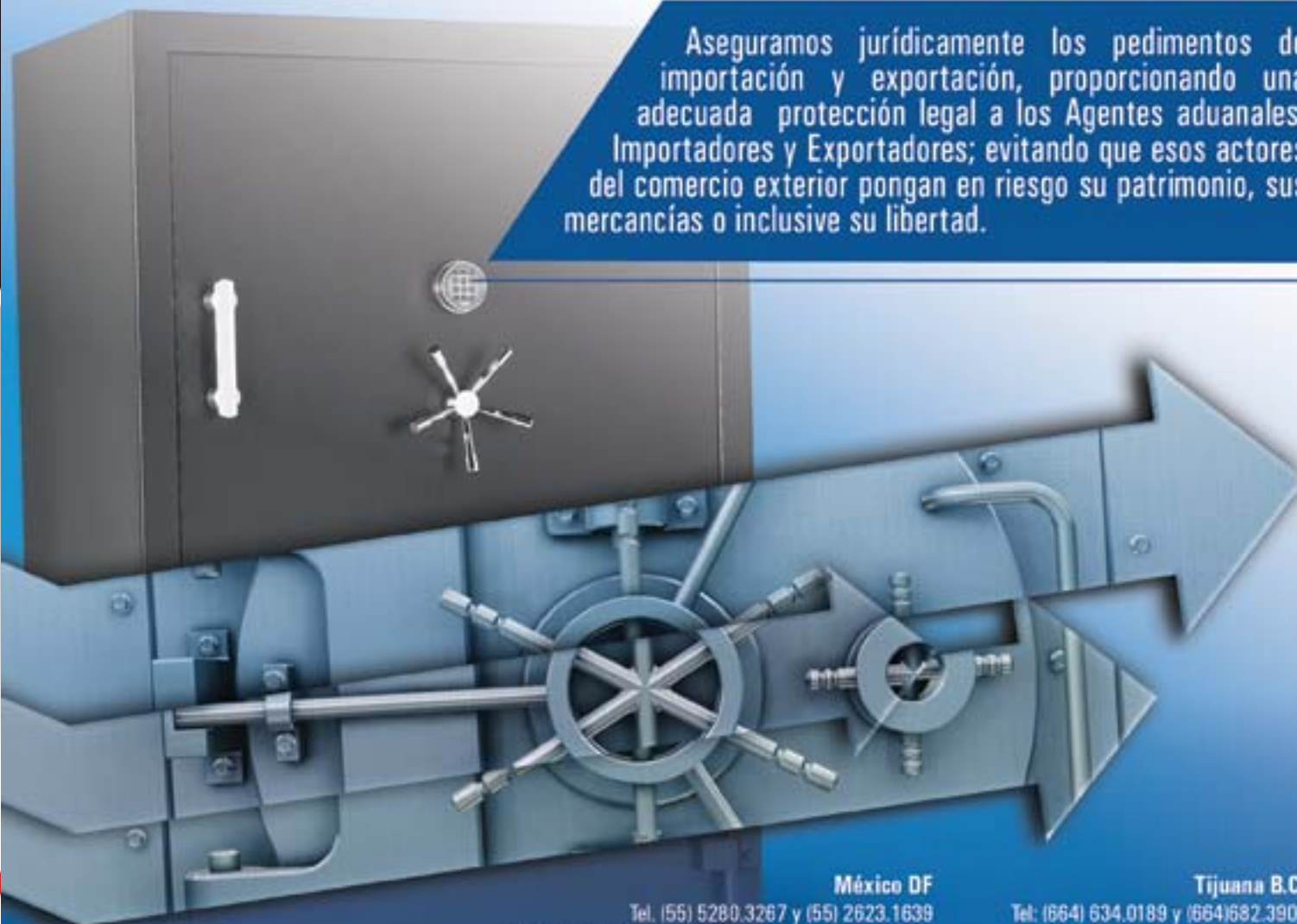
TLC asociados

Derecho Fiscal, Comercio Exterior y Aduanas
Litigio, Consultoría, Capacitación Fiscal

Seguro Jurídico

¿SABÍAS QUÉ? TLC asociados es responsable de la seguridad jurídica de más de 5 millones de pedimentos.

Aseguramos jurídicamente los pedimentos de importación y exportación, proporcionando una adecuada protección legal a los Agentes aduanales, Importadores y Exportadores; evitando que esos actores del comercio exterior pongan en riesgo su patrimonio, sus mercancías o inclusive su libertad.



www.tlcasociados.com.mx

México DF

Tel. (55) 5280.3267 y (55) 2623.1639
World Trade Center Ciudad de México, Piso 31 Of. 12,
Calle Montecito 38, Nápoles, Ciudad de
México D.F., C.P. 03810

Tijuana B.C.

Tel: (664) 634.0189 y (664)682.3901
Torre Platino Piso 1 Int. 102, Blvd
Sánchez Taboada 10488, Zona Río,
Tijuana, B.C., C.P. 22010



Agentes de Carga Internacionales



El presente tema es complejo debido a que cada caso es diferente y las circunstancias nunca son las mismas. A continuación señalo los puntos que considero como los más relevantes de este tema. Asimismo, como este artículo está dirigido a exportadores de México a EE. UU. intento señalar casos cotidianos en el ámbito del comercio exterior en México.

"Como regla general, únicamente al importador registrado le está legalmente permitido hacer importaciones de mercancías a EE. UU."

El importador registrado se define como el dueño o comprador legítimo de la mercancía, incluyendo importadores foráneos en envíos con entrega con derechos pagados (Delivery Duty Paid DDP); un agente aduanal de EE. UU. (U.S. Customs Broker) podría también actuar como tal. En el caso de que el agente aduanal de EE. UU. acepte esta sería obligación, se convierte en el responsable legal, al igual que el importador registrado, de cualquier cuestión referente al embarque, incluyendo pero no limitado a: el pago de impuestos, valoración correcta de la mercancía, verificaciones de TLCAN, etiquetado de país de origen, contrabando, multas, requisitos de HAZMAT (materiales peligrosos), Food & Drugs Administration (FDA), agricultura, violaciones a derechos de autor, violaciones al derecho intelectual y/o cualquier otro requisito o riesgo de la importación que aplique en su caso en específico. El cumplimiento de estas obligaciones se garantiza con la fianza aduanal del agente de EE. UU. o importador registrado por un periodo de cinco años a partir del día de la importación.

La definición de dueño o comprador incluye a cualquier persona física o

moral que tenga un legítimo interés financiero en la mercancía (excluyendo el interés financiero por los servicios aduanales y/o logísticos), dueño, vendedor o comprador de la mercancía, un agente de compras o ventas, personas que importan para ventas en consignación, personas que importan mercancía prestada o en alquiler, personas que importan mercancía para exhibiciones o convenciones, personas que importan mercancía para su reparación o alteración, etcétera (siempre y cuando se acredite tal circunstancia con documentación, en caso que la aduana de EE.UU. decida verificar).

El término dueño o comprador no incluye a los consignatarios nominales (consignatarios / destinatarios en nombre solamente) que no poseen ningún derecho, título o interés en la mercancía mas allá de poseer los productos físicamente (en México), o por aparecer su nombre en una carta porte, guía aérea, guía marítima, pedimento o cualquier otro documento comercial de envío.

Algunos ejemplos de consignatarios nominales no autorizados para actuar como importador registrado en envíos hacia los EE.UU. son: freight forwarders, transportistas, compañías logísticas, compañías o subsidiarias estadounidenses de agencias aduanales mexicanas, compañías o subsidiarias estadounidenses de comercializadoras mexicanas, compañías o subsidiarias estadounidenses de maquilas de servicio, compañías o subsidiarias estadounidenses de transportistas mexicanos, compañías estadounidenses de almacenes fronterizos, familiares o amigos que proporcionen o presten su número de seguridad social o su compañía estadounidense para actuar como importador registrado y cualquier otra

que no tenga un legítimo interés financiero en la mercancía como se menciona en esta norma.

Para los retornos de mercancía a los EE.UU., el hecho de haber importado la mercancía a México como comercializadora o maquila de servicio y aparecer en el pedimento de importación como tal no confiere el derecho de también poder exportarla (retornarla) a los EE.UU. usando su compañía estadounidense como importador registrado.

Es importante aclarar que en EE.UU. no existe la figura legal de comercializadora como se usa en México y es contra la ley ofrecer el servicio de fungir como importador registrado. Solamente a los agentes aduanales de EE.UU. se les otorga el derecho exclusivo de actuar como importador registrado sin tener el interés financiero en la mercancía antes mencionado. El propósito de esta norma adua-

nal es prevenir que un consignatario nominal actúe como importador registrado en envíos hacia los EE.UU. y de esa manera viole la ley aduanal de ese país, al usurpar las funciones y lucrar como agente aduanal de EE.UU. sin poseer una licencia/patente.

De acuerdo con el Código Federal de EE.UU. la sanción por lucrar como agente aduanal sin poseer una licencia/patente actuando como importador registrado indebidamente es de \$10,000 dólares por cada importación, aunado a que la aduana en cualquier momento puede revocar, cancelar o suspender este privilegio.

Para mayor referencia el Código Federal de EE.UU.^{*}, establece que solamente la persona física o moral que califique como importador registrado (Importer of Record) a dicho país podrá actuar como tal y en el mismo código^{**}, en la sección

"La definición de dueño o comprador incluye a cualquier persona física o moral que tenga un legítimo interés financiero en la mercancía"

relacionada al "importador registrado", indica que éste puede ser el dueño o comprador de la mercancía. La directiva No. 3530-002A expedida por la aduana de EE.UU. el 27 de junio de 2003, da instrucciones sobre cómo interpretar el significado de dueño o comprador. La legislación completa aplicable puede encontrarla en cualquiera de los siguientes enlaces:

- * <http://www.cbp.gov/linkhandler/cgov/trade/legal/directives/3530-002a.ctt/3530-002a.pdf>
- * <http://www.globetrade.us/>
- * www.tlcasociados.com.mx

Roberto Gallegos, CCS, MBA

El Lic. Roberto Gallegos es Agente Aduanal de EE.UU. desde el año de 1994. Fue Agente Aduanal Corporativo de una conocida compañía Internacional Japonesa especializada en la fabricación, distribución y exportación de productos electrónicos de gran consumo obteniendo invaluable experiencia en el comercio internacional como: reglas de origen del NAFTA, reconciliaciones, programas de maquila, complemento aduanal, FDA, textiles, programas de ensamblado entre otros.

Maestría en Administración de Empresas (MBA) de la Universidad de Redlands (U of R)
Licenciatura en Negocios Internacionales de la Universidad Estatal de San Diego (SDSU)
Especialista en Aduanas Certificado por la Asociación Nacional de Agentes Aduanales y de Carga de EE.UU. (NCBFAA)

* (U.S.C) 19148k (a) (1)
** (U.S.C) 1482 (a) (1) (B)

Verificación de origen: **BRECHA EN EL PROCESO**

Por: Lic. Octavio de la Torre de Stéffano



Las consecuencias jurídicas que en un determinado momento se produzcan con motivo de una verificación de origen realizada por la autoridad fiscal, que tenga como resultado que un bien no califica como originario de la región del TLCAN, le ocasiona perjuicio al importador y, por lo tanto, lesiona su interés jurídico ya que de estimarse que el bien no es originario sería improcedente el

trato arancelario preferencial aplicado y en consecuencia, daría lugar a que se le finque un crédito fiscal a su cargo por las diferencias del Impuesto General de Importación, derecho de trámite aduanero, omisión parcial del impuesto al valor agregado y/o Cuotas Compensatorias, dibujar el tema así, se antoja pensar que está resuelto.

En este planteamiento, pretendemos determinar en primer término; **¿si existe la obligación o no** de que la autoridad aduanera **notifique** al importador el **resultado** de la verificación de origen?; y en segundo lugar; **¿cuáles serían las consecuencias** en caso de no notificarle?

La experiencia dice que no debemos adelantarnos, y sobre todo que para lograr una conclusión jurídicamente sólida, ajustada a derecho y que tenga un efecto positivo en el patrimonio del importador, es imprescindible explorar los criterios normativos de la autoridad fiscal, y contar con defensas cuyo resultado fuera favorable para los importadores en la Sala Superior del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa.

Analizando el contenido del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y las reglas complementarias, encontramos que el **Servicio de Administración Tributaria**, cuenta con,

las facultades suficientes para iniciar una investigación al productor y/o exportador ubicado en territorio de los Estados Unidos de América o Canadá, con la intención de concluir si los bienes objeto de verificación, califican o no como bienes originarios de esta Región,

bienes que además se deben amparar con un certificado de origen emitido por el productor y exportador, encontrando sustento en el "Capítulo V" del Tratado de Libre Comercio de América del Norte denominado "PROCEDIMIENTOS ADUANEROS".

La disyuntiva comienza cuando la autoridad aduanera considera que el Importador afectado no cuenta con personalidad jurídica suficiente para controvertir la resolución de origen que ella emite, haciendo parecer que el importador es ajeno a dicho procedimiento, por lo que, a decir de la autoridad no le corresponde el derecho de atacar los vicios de origen, ya que carece de interés jurídico, y no existe obligación de notificar legalmente al importador el procedimiento de verificación de origen llevado a cabo al exportador o productor, ni mucho menos entregarle documentación relacionada con el mismo.

Incluso se ha llegado a interpretar aisladamente la Regla 34 de la Resolución Reglas de Carácter General relativas a la aplicación de las disposiciones en materia aduanera del Tratado de Libre Comercio de América del Norte trasladando al productor y/o exportador la obligación de notificar la indagación y resolución de investigación de origen a sus clientes importadores en otro país miembro, cuando tenga razones para creer que el certificado contiene información incorrecta, lo que generalmente no sucede.



Al respecto, el apartado 11 del artículo 506 del mismo Tratado señala expresamente que la autoridad debe dar a conocer el resultado de verificación de origen obtenido al importador, exportador y productor, cuando derive de procedimientos específicos vinculados a la clasificación arancelaria o valor aplicado a uno o más materiales utilizados en la producción del bien, pero este numeral no destaca que exista algún otro supuesto para determinar que el bien no califica como originario, además de que sería incongruente que en unos casos deba notificarse y en otros no.

Este panorama, nos permite reflexionar respecto al efecto que produce este tipo de actos de autoridad, incumpliendo con los principios de seguridad y certeza jurídica, o cuando se pretende cumplir comunicando el resultado al importador conjuntamente con la determinación de créditos fiscales, encontrando que el momento particular en que se consuma la eficacia de esa resolución es cuando el importador conoce legalmente el contenido, alcance y consecuencias de la resolución de verificación de origen y no en un segundo procedimiento que tiene como resultado la emisión de un crédito fiscal, máxime cuando deriva de una situación ajena a su responsabilidad, pero que lesiona contundentemente su esfera jurídica, particularmente el derecho adquirido y legítimamente tutelado por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte de gozar de una preferencia arancelaria.

En este ámbito no puede excluirse el interés jurídico que tiene el importador ante la negativa de origen, ni el agravio o

perjuicio que produce, el cual naturalmente se verá proyectado en un segundo procedimiento cuya conclusión será la determinación de un crédito fiscal, por esto, no se puede pensar que los derechos de impugnación para controvertir la determinación de origen, son exclusivos del productor y exportador.

Particularmente, el importador tiene el derecho de promover el medio de defensa correspondiente a fin de que se revise por lo menos;

Que los documentos emitidos por la autoridad administrativa para llevar a cabo la supuesta verificación de origen a la empresa exportadora o productora, efectivamente existan, y en caso de ser así;

- Que la verificación de origen sea llevada a cabo por la autoridad administrativa competente.
- Que estuviera ajustada a los lineamientos y procedimientos establecidos en el Tratado.
- Que hubiera cumplido con todas y cada una de las formalidades para su emisión y notificación.

Cabe señalar que el Poder Judicial de la Federación,

ha reconocido la procedencia del juicio de nulidad por parte del importador para reclamar las violaciones en que incurra la autoridad fiscal al llevar a cabo el procedimiento de verificación de origen previsto en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Por lo que, a través de una defensa sólida y adecuada los importadores que sólo fueron notificados del segundo procedimiento mediante el cual les determinan un crédito fiscal y no fueron notificados del primer procedimiento y/o resolución de verificación de origen, están ante la oportunidad legal de que ese crédito fiscal sea improcedente y declarado nulo, lisa y llanamente, es decir, que no tenga ninguna consecuencia jurídica para el importador.

Como dato adicional, es importante recordar que los productores, exportadores e importadores pueden evitar la afectación de la invalidación de los certificados de origen, teniendo un completo estudio de origen y logrando una resolución anticipada, según lo establece el artículo 506, numeral 12 (a) del mismo Tratado de Libre Comercio.

Octavio de la Torre de Stéfano

Licenciado en Derecho y Licenciado en Historia con estudios en Contabilidad. Se ha desempeñado en diversos puestos en la Administración General de Aduanas (S.A.T.), actualmente es Socio de TLC Asociados, Síndico del Contribuyente ante el SAT y Síndico del Contribuyente ante la PRODECON, es Asesor y Abogado de la Asociación de Agentes Aduanales de Tijuana y Tecate (A.A.A.T. y T.), también se desempeña como miembro del Comité Jurídico y de Aduanas de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana, Miembro del Comité de Comercio Exterior de la AIM (Asociación de la Industria Maquiladora) Forma parte del Consejo de la Cámara de Comercio México-Estados Unidos, Capítulo California Pacífico.



Tijuana

Excelente opción para el comercio exterior con EE.UU.

Por: Lic. Gregorio Juárez

Voltean empresas del país hacia la ciudad fronteriza

Las empresas del centro del país están volteando la mirada hacia Tijuana al convertirse esta ciudad en una mejor opción entre las rutas para las operaciones de importación y exportación de mercancías con los Estados Unidos de América. Lo anterior se debe a que con Tijuana, las empresas están logrando ahorrar hasta un 35% en los costos de flete, al llegar las mercancías en menor tiempo, además de que existe una mayor seguridad en el tránsito por la región noroeste del país.

La ciudad de Tijuana goza de una posición geográfica privilegiada

Rafael Rodríguez de la Agencia Aduanal Rodríguez, localizada en la zona industrial de la Mesa de Otay en Tijuana, explicó para TLC Magazine que esta ciudad fronteriza es una moderna puerta de entrada para el comercio exterior, siendo una mejor opción que Laredo, principalmente para aquellas empresas que importan sus mercancías provenientes del puerto de Long Beach en California.

Comenta: "La ciudad de Tijuana tiene una gran ventaja, dado que goza de una posición geográfica privilegiada, al colindar con el estado de mayor poder de consumo de Estados Unidos que es California".

"Para la optimización de tiempos, tránsito y costos de operación, empresas del interior del país han incluido en su estrategia logística a la aduana de Tijuana, con el resultado de una mejora sustancial en su eficiencia operativa y financiera".

La aduana de Tijuana es la más cercana para los negocios o empresas con clientes y proveedores ubicados en la costa oeste de los Estados Unidos, ofreciéndoles el beneficio de que el tránsito de sus mercancías dentro de territorio estadounidense sea breve y tengan a su disposición casi inmediata una aduana para el despacho de sus operaciones.

"Una aduana segura con moderna infraestructura"

Rafael Rodríguez nos señala las principales ventajas que ofrece esta frontera: "La aduana de Tijuana es confiable, pues cuenta con acceso seguro y procedimientos bien estructurados que ofrecen excelente tiempo de respuesta y la posibilidad de controlar la logística operativa, aunado a que actualmente la ruta del pacífico cuenta con una de las redes carreteras más modernas de nuestro país, lo que ofrece tránsito seguro para sus importaciones y exportaciones. Además, en la aduana existen horarios ampliados con la disponibilidad de despachar sus mercancías conforme a lo siguiente: lunes a sábado, mercancías generales; lunes a domingo, productos perecederos (agronegocios)".





A esto hay que agregarle que existe una marcada cercanía con los puertos de Long Beach y Los Ángeles, los más importantes en los Estados Unidos de América, con un tiempo de tránsito a la frontera de San Diego-Tijuana de 3-5 horas.

Se reducen los tiempos y costos

Según nos comentó el agente aduanal especializado, todos los días se pueden realizar despachos de los puertos marítimos vía terrestre, sin embargo, en aquellos embarques en que se utiliza el transporte ferroviario de Long Beach Los Ángeles hacia las fronteras del este, existe la limitante de que sólo pueden realizarse despachos uno o dos días por semana, lo cual implica que pudieran generarse retrasos en sus operaciones.

Agrega: "Considerando que los días de tránsito y almacén se disminuyen, y que el costo de su transporte se reduce por utilizar una porción mayor de transporte nacional a menor costo, las empresas exportadoras obtienen una mejora en la eficiencia financiera".

Tijuana también tiene transporte aéreo con destino a las principales ciudades del país y amplia disponibilidad de horarios para facilitar el envío de carga urgente. "Por todo lo anterior, las empresas han experimentado una reducción de entre el 25 y el 35 por ciento de los costos utilizando la aduana de Tijuana en lugar de la de Laredo, cuando las mercancías se encuentran en la costa oeste de Estados Unidos, esto gracias a una reducción de entre 7 y 9 días tránsito", precisó Rafael Rodríguez de la Agencia Aduanal Rodríguez, uno de las más importantes despachos del noroeste del país.

"Las empresas exportadoras obtienen una mejora en la Eficiencia Financiera"

Agencia Aduanal Rodríguez

Tiene desde 1940 sirviendo y apoyando a sus socios a nivel nacional, su equipo tiene experiencia y capacidad probada, buscando mejorar los proyectos de negocio en comercio exterior.

Su infraestructura instalada en Tijuana, Ensenada y San Diego permite realizar despacho de mercancías y asesoría especializada en operación y fiscal, con equipo experimentado de más de 100 profesionistas. Es considerado como uno de las más importantes agencias aduanales a nivel nacional por el alto volumen de operaciones con un grado de puntualidad y eficiencia y garantía.

- 🎨 Diseño Gráfico
- 📣 Publicidad
- 📁 Mercadotecnia y Asesoría
- 📱 Manejo de Redes Sociales
- 💻 Diseño Web
- ✍️ Diseño editorial
- 🖌️ Ilustración
- 🎬 Video y Animación
- 📷 Fotografía

✉ info@diesagenciacreativa.com

🌐 www.diesagenciacreativa.com

☎ (01 664) 380.4148

📍 Av. Juan Ojeda Robles No. 14716-8 Gpe. Victoria, Tijuana, B.C.



SOLUCIONES INTELIGENTES EN MATERIA ADUANERA

SOLUCIONES TI

- ➔ PRISMA TRAKING
- ➔ SAD
- ➔ INTRANET
- ➔ PDS
- ➔ CTM'S
- ➔ DMS 2.0
- ➔ EVALUACIÓN DE SERVICIOS

POLÍTICA DE CALIDAD

EXL Automotive S.C. es una empresa de servicio que brinda soluciones integrales en cadena de suministro y comercio internacional sustentada en la excelencia del capital humano e innovación tecnológica, comprometida con el crecimiento continuo, orientado y sustentable con vocación de servicio y el compromiso de la mejora continua de sus procesos, que permita satisfacer y superar las necesidades y expectativas de nuestros clientes internos y externos, basados en la norma ISO 9001:2008.



¿Por qué anunciarse?

TRADE LAW & CUSTOMS magazine
el ADN del Comercio Exterior y Aduanas



Redactada por los **Expertos en Comercio Exterior y Aduanas**

Distribución nacional
Tiraje: 5,000 ejemplares

Target / Perfil del Lector

- Líderes de opinión y Altos Ejecutivos en materia aduanera
- Agentes Aduanales
- Exportadores/Importadores
- Industria Maquiladora
- Transportistas
- Empresas de Logística
- Cámaras/ Asociaciones
- Confederaciones
- Autoridades de diversos niveles

Información y Suscripciones

Tel. 01 (664) 634 0189, 682 3901
(55) 5280 3267, 26231639
alejandro@tlcmagazinemexico.com.mx

www.tlcmagazinemexico.com.mx



UN VINO MUNDIAL CON ESENCIA FAMILIAR



L. A. CETTO.

Desde 1928

Más de 70 premios
Internacionales

Valle de Guadalupe Baja California México





Derecho Fiscal, Comercio Exterior y Aduanas
Litigio, Consultoría, Capacitación Fiscal

Defensa Jurídica

Consultoría Fiscal

Capacitación

Auditoría Preventiva

NEEC

Gestoría

Seguro Jurídico

Estrategia Fiscal

Visita Domiciliaria

y/o

Revisión de Portafolio



<http://www.tlcasociados.com.mx/>

MÉXICO, DF
World Trade Center Ciudad de México,
Piso 31 Of. 12, Calle Montecito 38,
Nápoles, Ciudad de México D.F., C.P. 03810
Teléfonos: 01(55) 5280 3287 y 01(55) 2623 1839
info@tlcasociados.com.mx

TIJUANA, B.C.
Torre Platino Piso 1 Int. 102,
Bvd. Sánchez Taboada 10488,
Zona Río, Tijuana, B.C., C.P. 22010
Teléfonos: 01(604) 6340189, 01(604) 6823901
info@tlcasociados.com.mx