



**05** MÓDULO

# INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR







**Beneficios de exportar**



**Desafíos en exportaciones**



**Envase, empaque, embalaje,  
etiquetado y seguro**



**Certificados de origen y certificado de  
productos**



**T-MEC, oportunidades y beneficios**

# BENEFICIOS DE EXPORTAR





Exportar puede ofrecer numerosos beneficios a las empresas, desde la expansión de mercados hasta el aumento de ingresos.

## 1. Expansión del Mercado:

- **Acceso a Nuevos Mercados:** La exportación permite a las empresas acceder a mercados internacionales, aumentando su base de clientes y reduciendo la dependencia del mercado local.
- **Diversificación del Riesgo:** Al vender en varios mercados, las empresas pueden mitigar el riesgo asociado con las fluctuaciones económicas y políticas en su país de origen.



## 2. Incremento de Ingresos y Rentabilidad:

- **Aumento de Ventas:** Expande el alcance del mercado, lo que puede resultar en un aumento significativo de las ventas y los ingresos.
- **Oportunidades de Precios Más Altos:** En algunos mercados internacionales, los precios pueden ser más altos debido a la demanda o la exclusividad del producto, lo que puede mejorar la rentabilidad.





### 3. Fortalecimiento de la Marca:

- Reconocimiento Global: Exportar puede aumentar la visibilidad y el prestigio de la marca a nivel internacional, fortaleciendo la percepción global de la empresa.
- Estrategias de Branding: La entrada en mercados internacionales puede impulsar el desarrollo de estrategias de marca más sofisticadas y mejorar la posición competitiva.

### 4. Innovación y Mejora de la Calidad:

- Adaptación a Nuevos Estándares: La necesidad de cumplir con diferentes regulaciones y estándares internacionales puede impulsar la mejora continua y la innovación en productos y procesos.
- Retroalimentación Internacional: El feedback de clientes internacionales puede ofrecer perspectivas valiosas para la mejora del producto y el ajuste de la oferta a diversas preferencias del mercado.

### 5. Economías de Escala:

- Producción a Mayor Escala: Al aumentar la producción para satisfacer la demanda internacional, las empresas pueden beneficiarse de economías de escala, reduciendo el costo unitario y mejorando la eficiencia operativa.
- Optimización de Recursos: La expansión internacional puede llevar a una mejor utilización de recursos y capacidades productivas.

## 6. Estabilidad Financiera:

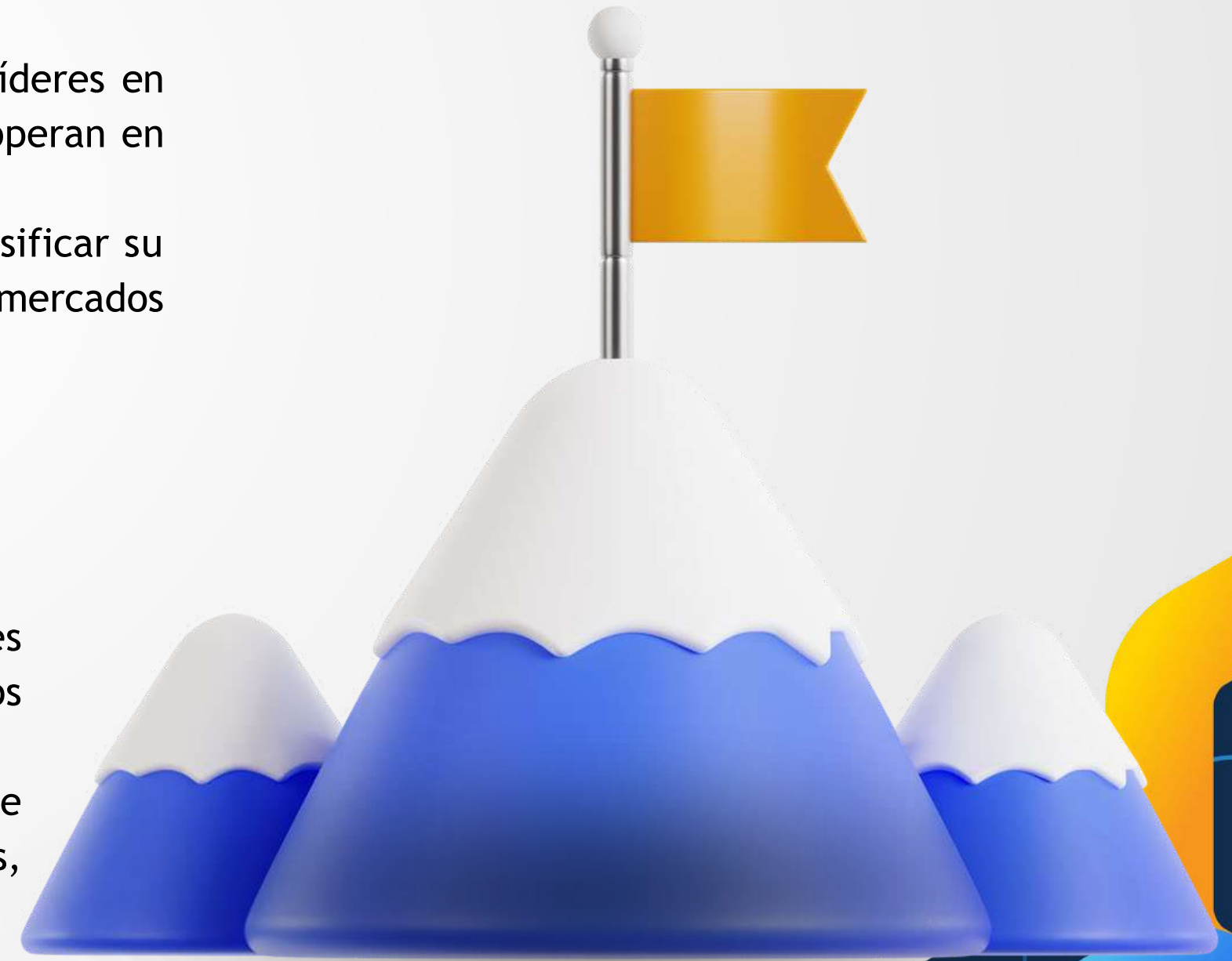
- Diversificación de Ingresos: La diversificación de fuentes de ingresos a través de la exportación puede proporcionar una mayor estabilidad financiera y ayudar a la empresa a sobrevivir a crisis económicas locales.
- Acceso a Nuevos Recursos: Los ingresos generados por las exportaciones pueden ser reinvertidos en la empresa, permitiendo una mayor inversión en investigación, desarrollo y expansión.

## 7. Ventajas Competitivas:

- Liderazgo en el Mercado: Las empresas que exportan pueden posicionarse como líderes en su industria a nivel global, diferenciándose de los competidores locales que solo operan en mercados nacionales.
- Diversificación de Productos: La exportación puede motivar a las empresas a diversificar su oferta de productos para satisfacer las demandas específicas de los mercados internacionales.

## 8. Relaciones Internacionales:

- Networking y Alianzas: Exportar puede facilitar la creación de relaciones comerciales y alianzas estratégicas con empresas y distribuidores en otros países.
- Conocimiento Cultural: La interacción con mercados internacionales puede mejorar la comprensión de diferentes culturas y prácticas comerciales, enriqueciendo la perspectiva global de la empresa.



## 9. Incentivos Gubernamentales:

- Subvenciones y Apoyos: Muchos gobiernos ofrecen incentivos y subvenciones para promover la exportación, que pueden incluir asistencia financiera, asesoría y reducción de aranceles.
- Facilidades Comerciales: Programas de apoyo a la exportación y acuerdos de libre comercio pueden reducir las barreras y costos asociados con la entrada a mercados internacionales.



Exportar ofrece una variedad de beneficios clave, que incluyen la expansión del mercado, el aumento de ingresos, la mejora de la marca, la innovación, y la estabilidad financiera. Estos beneficios no solo fortalecen la posición competitiva de una empresa, sino que también fomentan su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo. Aprovechar estas oportunidades puede transformar una empresa local en un jugador global y mejorar significativamente su éxito en el mercado.



# Pequeñas Empresas, Grandes Logros

## 1ra generación

En agosto del 2022, la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM) puso en marcha la primera generación del Programa “Pequeñas Empresas, Grandes Logros”, cuyo propósito es impulsar la participación de las micro, pequeñas, y medianas empresas (MIPyMEs) mexicanas, en las cadenas globales de valor.

A través de la Dirección General de Atención Aduanera y Asuntos Internacionales se brindó a las empresas participantes un **acompañamiento institucional en materia aduanera durante 11 meses**. La intención fue desarrollar proyectos de comercio exterior hacia mercados internacionales, orientando a los participantes sobre el cumplimiento voluntario y oportuno de obligaciones fiscales y administrativas.



La convocatoria se realizó el 24 de mayo de 2022, en forma virtual y sin costo, abierta al público en general en el portal de la ANAM en internet. Se recibieron 123 solicitudes, de las cuales se eligieron 50 empresas que cumplieron con los requisitos del programa.



Este programa es una nueva estrategia de la ANAM para facilitar a los usuarios información relevante que les permita avanzar ágilmente en sus operaciones de comercio exterior. Lo anterior surge ante el hecho de que en **América Latina y el Caribe, las MIPyMEs representan en promedio el 8% del total de las empresas por país, generando el 40% del empleo y el 39% del valor agregado de las economías.**

Cabe señalar que **en la misma región, las exportaciones de las MIPyMEs participan en promedio con apenas el 7.6% de las exportaciones totales de productos manufacturados por país.**

**Una de las principales causas que generan esta baja participación es la falta de información sobre los procesos aduaneros y de comercio exterior.**

En el caso específico de México, se detectó una tendencia al alza en las consultas de temas aduaneros en el portal de la ANAM en internet, particularmente de MIPyMEs. Con el fin de atender este tipo de consultas de manera ágil y práctica, la Dirección de Atención Aduanera y Asuntos Internacionales creó precisamente el programa “Pequeñas Empresas, Grandes Logros”.



Lo anterior, además, en apego a la Misión de la ANAM de: “Facilitar, coordinar y controlar los flujos de mercancías, pasajeros y medios de transporte dentro y fuera del territorio nacional, optimizando los procesos en apego a las disposiciones fiscales y aduaneras vigentes, fomentando la recaudación aduanera, coadyuvando a la preservación de la seguridad nacional y combatiendo la corrupción.”

De los participantes aceptados, **solo el 36% (18 personas) tenían experiencia previa en comercio exterior, al haber realizado por lo menos una operación, y el resto, 64% (32 personas) sin experiencia.**

Como resultado del acompañamiento a lo largo de 11 meses, **23 de las 50 empresas participantes lograron consolidar un total de 740 operaciones de comercio exterior, cuyo valor acumulado asciende los \$41.7 millones de pesos.**





# Reporte de resultados

"Pequeñas Empresas, Grandes Logros"



Semana de capacitaciones con **12** autoridades y organismos nacionales y extranjeros.



**24** Pláticas informativas y talleres con actores especializados en comercio exterior.



**277** reuniones de seguimiento con los participantes, de septiembre a julio 2023.

Los principales estados son: **Jalisco, Hidalgo, Puebla y Estado de México.**

El principal destino de interés era **EUA**

Se realizaron **740 OPERACIONES** de comercio exterior

El valor en aduana de las operaciones es mayor a **\$41.7 MILLONES DE PESOS**

Las operaciones fueron realizadas por el **18%** de los participantes, de los cuales el **89%** fueron recurrentes.

## Principales mercados alcanzados

- Italia
- Estados Unidos
- Tailandia

## Operación de mayor valor

• \$3,159,429.00 MXN

## Aduanas más usadas

- Puebla- **68%**
- Veracruz- **13%**
- Manzanillo- **9%**

Sector con más ventas **bebidas alcohólicas**

**Más de 5 mil** botellas

Dentro de las principales problemáticas a las que se enfrentaron los participantes para lograr la conclusión de sus operaciones fueron:

- falta de clientes potenciales en el exterior,
- no lograron aclarar su situación fiscal,
- retraso en el cumplimiento de requisitos para la exportación (etiquetado, empaque, código de barras),
- falta de compromiso del participante,
- pérdidas cambiarias por la fluctuación en los tipos de cambio,
- costos altos fuera de competencia.

Durante todo el proceso se fueron resolviendo toda clase de dudas y se atendieron las problemáticas identificadas.





# Casos de Éxito



Destacando los siguientes ejemplos de casos de éxito:

- Una empresa veracruzana que elabora mermeladas orgánicas logró exportar a Estados Unidos a través de comercio electrónico en la plataforma Marketplace internacional.
- Una empresa de Jalisco logró exportar artesanías de plata en venta al por menor en Estados Unidos.
- Una empresa de Hidalgo logró exportar mole a una empresa de venta en línea de productos mexicanos en Japón.

## Premio Nacional de Exportación

Empresas Comercializadoras, Pequeñas, Medianas y Grandes, Grupo Viz / SuKarne





# DESAFIOS DE LAS EXPORTACIONES





## Barreras Comerciales:

- Aranceles e impuestos de importación.
- Restricciones y regulaciones específicas por país.



## Logística y Transporte:

- Problemas con la cadena de suministro.
- Costos y tiempos de transporte.



## Normativas y Regulaciones:

- Cumplimiento con estándares internacionales.
- Certificaciones y requisitos de calidad.







### Riesgo Cambiario:

- Fluctuaciones en las tasas de cambio.
- Impacto en la rentabilidad.



### Requisitos Culturales y de Mercado

- Adaptación a diferentes preferencias culturales y de consumo.
- Estrategias de marketing y ventas específicas para cada mercado.

# Estrategias para superar los desafíos



## Investigación de mercado

- Herramientas y técnicas para analizar mercados internacionales.
- Importancia de comprender la demanda y la competencia.



## Adaptación de Productos

- Modificaciones en diseño, embalaje y características para cumplir con regulaciones locales.



## Diversificación de Mercados

- Ventajas de no depender de un solo mercado.
- Estrategias para explorar nuevos mercados.



## Optimización de la Cadena de Suministro

- Mejora de la eficiencia logística y reducción de costos.
- Tecnologías y herramientas para una mejor gestión.



## Gestión Financiera

- Uso de instrumentos financieros para cubrir riesgos cambiarios.
- Estrategias para la planificación financiera en el comercio internacional.



McDonald's, una de las cadenas de comida rápida más grandes del mundo, ha adaptado su menú a diferentes mercados internacionales para satisfacer las preferencias locales y cumplir con las regulaciones culturales y dietéticas. Este enfoque ha sido clave para su éxito global.

## 1. Adaptación del Menú en India

**Desafío:** En India, la mayoría de la población sigue una dieta vegetariana debido a motivos religiosos y culturales. Además, la carne de res no se consume ampliamente por razones religiosas.

### Adaptación del Producto:

- **Menú Vegetariano Exclusivo:** McDonald's India ha desarrollado un menú específico para vegetarianos que incluye opciones como la "McAloo Tikki Burger," hecha con una croqueta de papa y especias, y el "McVeggie Burger."
- **Eliminación de Carne de Res:** En lugar de hamburguesas de carne de res, que son comunes en otros mercados, el menú en India se centra en hamburguesas a base de pollo y pescado, además de las opciones vegetarianas.
- **Adaptación de Salsas y Condimentos:** Las salsas y condimentos también se adaptan a los gustos locales, utilizando especias y sabores populares en la cocina india.





### Beneficios:

- Aumento de la Aceptación Local: Al ofrecer opciones que respetan las preferencias dietéticas y culturales locales, McDonald's ha logrado atraer a una amplia base de clientes en India.
- Cumplimiento de Normas Culturales: La adaptación permite que la cadena opere en un mercado con normas culturales y religiosas estrictas en relación con los alimentos.





## 2. Adaptación en Japón

**Desafío:** En Japón, los consumidores tienen un paladar distinto y prefieren sabores más delicados y presentaciones más refinadas en comparación con otros mercados.

### Adaptación del Producto:

- Menú Localizado: McDonald's Japón ofrece productos como el "Teriyaki McBurger," que presenta un filete de pollo o carne con salsa teriyaki y otros ingredientes típicos de la cocina japonesa.
- Productos Temporales: Introducción de ediciones limitadas y productos estacionales, como el "McFlurry de Matcha" (té verde), que atraen a los consumidores interesados en sabores y productos únicos.



## Beneficios:

- Reflejo de la Cultura Local: La adaptación del menú a las preferencias locales ayuda a McDonald's a conectar mejor con los clientes japoneses y a mantener la relevancia en el mercado.
- Increíble Éxito en Ventas: Los productos adaptados a los gustos locales suelen tener una buena acogida y contribuyen al éxito comercial en Japón.





La adaptación de productos a diferentes mercados no solo implica ajustes en los ingredientes o el menú, sino también un entendimiento profundo de las preferencias culturales, las normativas locales y los hábitos de consumo. McDonald's es un ejemplo destacado de cómo las empresas pueden modificar sus ofertas para cumplir con los requisitos del mercado y satisfacer mejor a sus clientes globales.






# ENVASE, EMPAQUE, EMBALAJE, ETIQUETADO Y SEGURO







Una de las áreas prácticas más desafiantes de la logística internacional es el empaquetado de bienes para un embarque internacional. Ésta es una responsabilidad que siempre recae en el exportador, sin importar los términos comerciales o regla Incoterms® escogidos.

## Funciones del empaquetado

1

La primera función del empaquetado correcto para exportación obviamente es la **protección** de los bienes de los riesgos de un envío internacional por mar o por aire. El empaquetado apropiado tiene implicaciones directas sobre el costo. Por una parte, es cierto que los costos del empaquetado por lo general incrementan a medida que la protección de los bienes lo hace; sin embargo, por otra parte, los costos de perder parte de la carga por un empaque inapropiado generalmente son mucho más altos<sup>2</sup> y no se pueden asegurar.



2

La segunda función del empaquetado correcto es **facilitar el manejo** de los bienes mientras se encuentran en tránsito; el empaquetado bien diseñado permite que los estibadores, la línea de envíos y las compañías de transporte en camiones manejen los bienes sin dificultades, pero en su mayoría sin tener que improvisar un método de manejo inapropiado. Se deben respetar las capacidades del equipo que probablemente se usará en el manejo de los bienes (es decir, las restricciones de dimensiones y peso impuestas al paquete, así como los diferentes estándares y normatividades usadas en los países por los que viajan los bienes). Por último, todas las instrucciones de manejo y cuidado deben marcarse claramente en el paquete.

3

La tercera función del empaquetado correcto, y una que con frecuencia se desdeña, es que forma parte de la **estrategia de servicio al cliente de la empresa**. Mientras que un cliente espera recibir los bienes en condiciones de venta o usables en todos los casos, también espera poder desempacar con rapidez los bienes y no consumir tiempo y dinero considerables para prepararlos para su uso o venta. Este objetivo a



# Envase

Contiene o guarda un producto líquido, sólido, granulado, cremoso y en polvo. Además de protegerlo y estar en contacto directo, facilita su transporte y su comercialización.

Se conoce también como “**embalaje primario**” y un ejemplo sería el plástico que envuelve las galletas o el vidrio para contener las bebidas como por ejemplo la cerveza.

Cualquier recipiente, lata o envoltura propia que contenga directamente un producto lo llamaríamos envase. Asimismo, es importante que un buen envase debe identificar bien el producto, protegerlo cumpliendo siempre con las normativas y legislaciones vigentes y respetando siempre al medio ambiente.



# Empaque



El empaque o “**embalaje secundario**” es el encargado de vestir y contener el envase que hemos descrito hace un momento. Tiene como función principal exhibir, identificar y facilitar la venta y/o uso del producto dándole una buena imagen visual y distinguiéndola de los productos de la competencia.



# Embalaje

Finalmente el “**embalaje terciario**” cuya única función es la de almacenar, proteger, conservar y transportar varias unidades del mismo producto en grandes cantidades. Sería, pues, la caja externa o envoltura que protege las cajas de galletas / botellas de cerveza para su transporte, manejo, carga o descarga.



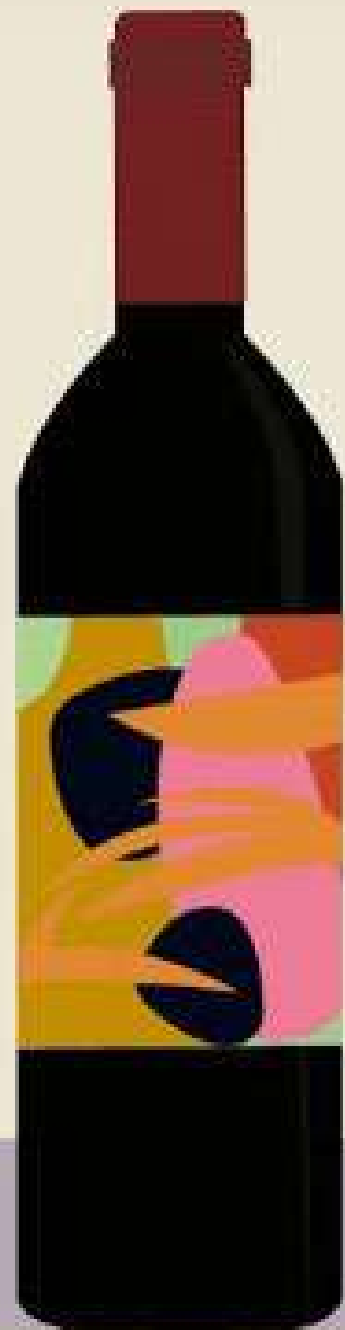
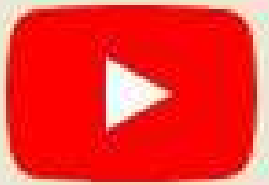


¿Cuáles son los TIPOS DE ENVASES? / Características de los envases / TIPOS DE EMP...



# CLASIFICACIÓN DE

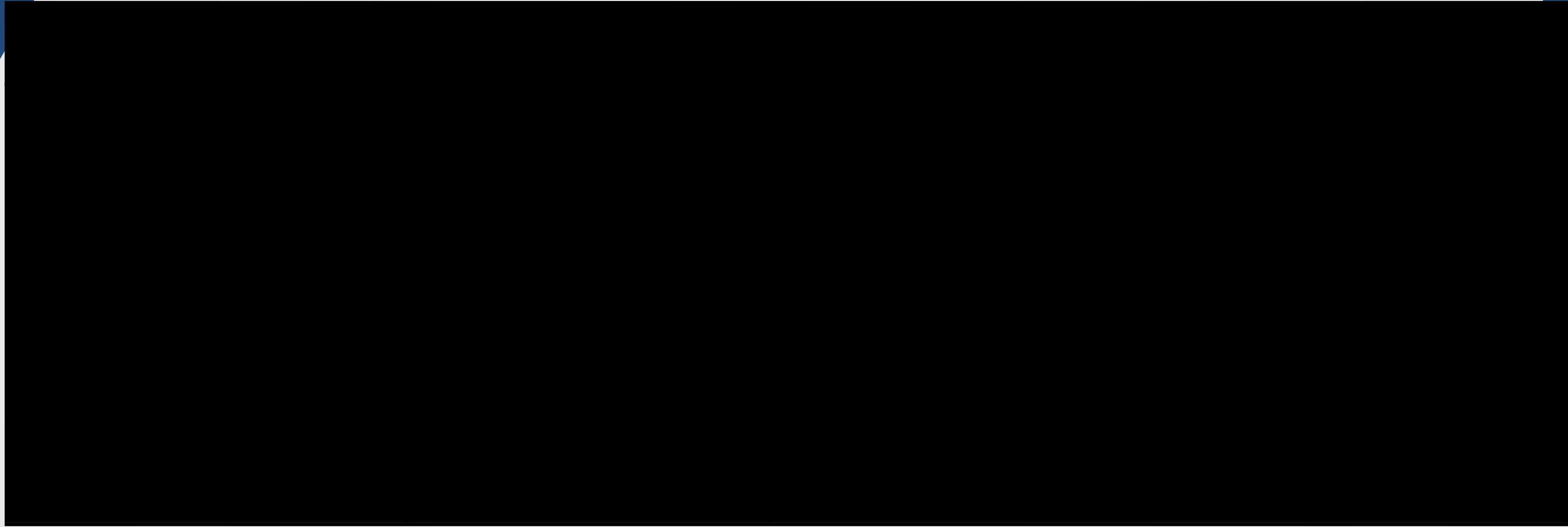
# LOS ENVASES



Watch on YouTube



# Factores de Riesgo a tomar en cuenta en el embalaje



# Etiquetado

La etiqueta es una pieza de información adherida al envase o empaque del producto. Incluye información crucial sobre el producto, como el nombre, la descripción, los ingredientes, las instrucciones de uso, la fecha de caducidad y la información del fabricante. La etiqueta también puede contener elementos de branding, como el logo de la empresa y los colores corporativos.

## Características clave:

- Información: Proporciona detalles esenciales sobre el producto.
- Cumplimiento: Asegura que el producto cumpla con las regulaciones legales y de seguridad.
- Identificación: Facilita la identificación del producto y refuerza la marca.

# Datos de la Etiqueta

- Nombre o denominación genérica del producto, este deberá ser lo más específico posible
- Indicación de cantidad según corresponda al tipo de producto, puede ser en piezas, kilogramos, litros, etc.
- Nombre, denominación o razón social y domicilio del importador o del fabricante en caso de ser productos nacionales. Es importante mencionar que el domicilio deberá incluir el código postal, ciudad y estado.
- Leyenda que identifique el país de origen del producto, por ejemplo, “Hecho en China”
- Para el caso de productos peligrosos deberán declararse las advertencias de riesgo por medio de frases, gráficas o símbolos.
- Si el uso, manejo o conservación del producto requieren de instrucciones deberán incluirse en la etiqueta, o si el producto incluye algún instructivo o manual de uso se tendrá que colocar la frase “VÉASE INSTRUCTIVO ANEXO O MANUAL DE OPERACIÓN”
- Si así aplicara, deberá colocarse la fecha de caducidad o consumo preferente







Top 5 Innovative Packaging Ideas - Custom Packaging Done Right [2024] | @Bizongo De...



# 5 Innovative Packaging Ideas



Watch on YouTube

# Marcado de embalaje

El mercado de embalaje es una parte esencial del proceso de embalaje, ya que asegura que los productos sean identificables, rastreables y cumplan con los requisitos normativos y logísticos. A continuación, se detallan los aspectos clave del mercado de embalaje y cómo se presenta:

1

## Identificación del Producto:

- Nombre del Producto: El nombre completo y exacto del producto.
- Descripción: Breve descripción del producto, si es necesario.

2

## Información del Fabricante o Distribuidor:

- Nombre y Dirección: Detalles del fabricante o distribuidor para contacto y responsabilidad.
- Número de Teléfono/Email: Opcional, pero útil para atención al cliente.

3

## Código de Barras o QR:

- Código de Barras: Facilita el escaneo y la gestión de inventarios.
- Código QR: Proporciona acceso a información adicional o sitios web.



## Número de Lote o Serie:

- Lote: Identifica la producción específica del producto, importante para el rastreo en caso de problemas de calidad.
- Número de Serie: Útil para productos que requieren seguimiento individual.

## Fecha de Fabricación y Fecha de Caducidad:

- Fecha de Fabricación: Indica cuándo se produjo el artículo.
- Fecha de Caducidad: Muestra hasta cuándo el producto es seguro y eficaz.

## Instrucciones de Manejo y Almacenamiento:

- Instrucciones de Manejo: Detalles sobre cómo manejar el embalaje para evitar daños.
- Condiciones de Almacenamiento: Requisitos para mantener el producto en condiciones óptimas.



# Seguro de mercancías

Importante entender qué es el seguro de mercancías.

Consiste en contratar una póliza que cubre los productos o mercancías que una empresa transporta, ya sea por vía marítima, terrestre o aérea.

Esta póliza cubre el valor de la mercancía en caso de pérdida o daño durante el transporte.

Este tipo de seguro es especialmente importante para las empresas que dependen del transporte de mercancías, como minoristas, fabricantes y proveedores de servicios logísticos.



El seguro de transporte de carga ofrece varios beneficios clave:

- 1. Protección Financiera:** Cubre los costos asociados con la pérdida o daño de la carga, protegiendo a la empresa de pérdidas financieras significativas.
- 2. Cobertura Integral:** Ofrece protección contra una variedad de riesgos, incluidos daños por accidente, robo, incendio, y condiciones meteorológicas extremas.
- 3. Tranquilidad:** Brinda seguridad y confianza al saber que la mercancía está protegida durante el transporte, lo que facilita la gestión de riesgos.
- 4. Cumplimiento de Requisitos Contractuales:** En muchos casos, los contratos de transporte o los acuerdos comerciales requieren que se tenga un seguro para cumplir con las normativas.
- 5. Servicio de Asistencia:** Proporciona acceso a servicios adicionales, como la gestión de reclamaciones y el seguimiento de la carga, que pueden ser útiles en caso de incidentes.
- 6. Mejora de la Reputación:** Demuestra a los clientes y socios que la empresa está comprometida con la protección de sus bienes, lo que puede fortalecer relaciones comerciales.
- 7. Flexibilidad:** Los seguros pueden adaptarse a diferentes tipos de carga y modos de transporte, ofreciendo opciones personalizadas según las necesidades específicas.

Estos beneficios ayudan a mitigar los riesgos asociados con el transporte de carga y a garantizar una mayor estabilidad en el negocio.



El seguro de transporte de carga se clasifica en varias categorías según el tipo de cobertura que ofrece. Los tipos principales son:

1. **Seguro de Carga Total:** Cubre el valor total de la mercancía en caso de pérdida o daño, independientemente del tipo de riesgo.
2. **Seguro de Carga Aérea:** Específicamente diseñado para cargas transportadas por avión, con coberturas que pueden incluir daños por manipulación, robos y pérdidas durante el vuelo.
3. **Seguro de Carga Marítima:** Ofrece protección para mercancías transportadas por barco, incluyendo riesgos como naufragio, tormentas y daños por agua.





4. **Seguro de Carga Terrestre:** Cubre mercancías transportadas por camión, tren u otros medios terrestres, protegiendo contra accidentes, robos y daños durante el transporte.

5. **Seguro de Carga Internacional:** Proporciona cobertura para mercancías que se transportan entre diferentes países, abarcando diversos riesgos durante el tránsito internacional.

6. **Seguro de Carga a Terceros:** Protege contra daños a la carga de clientes en caso de que la empresa transportista sea responsable del daño.



# Certificados de Origen y Certificado de productos



# Certificados de Origen



**Propósito:** Verifica el país en el que se ha producido o manufacturado un producto. Es crucial para el cumplimiento de las normativas comerciales y arancelarias.

**Uso:** Facilita el acceso a beneficios arancelarios bajo acuerdos de libre comercio, ayuda a cumplir con las regulaciones aduaneras y puede ser requerido para ciertos productos en mercados internacionales.

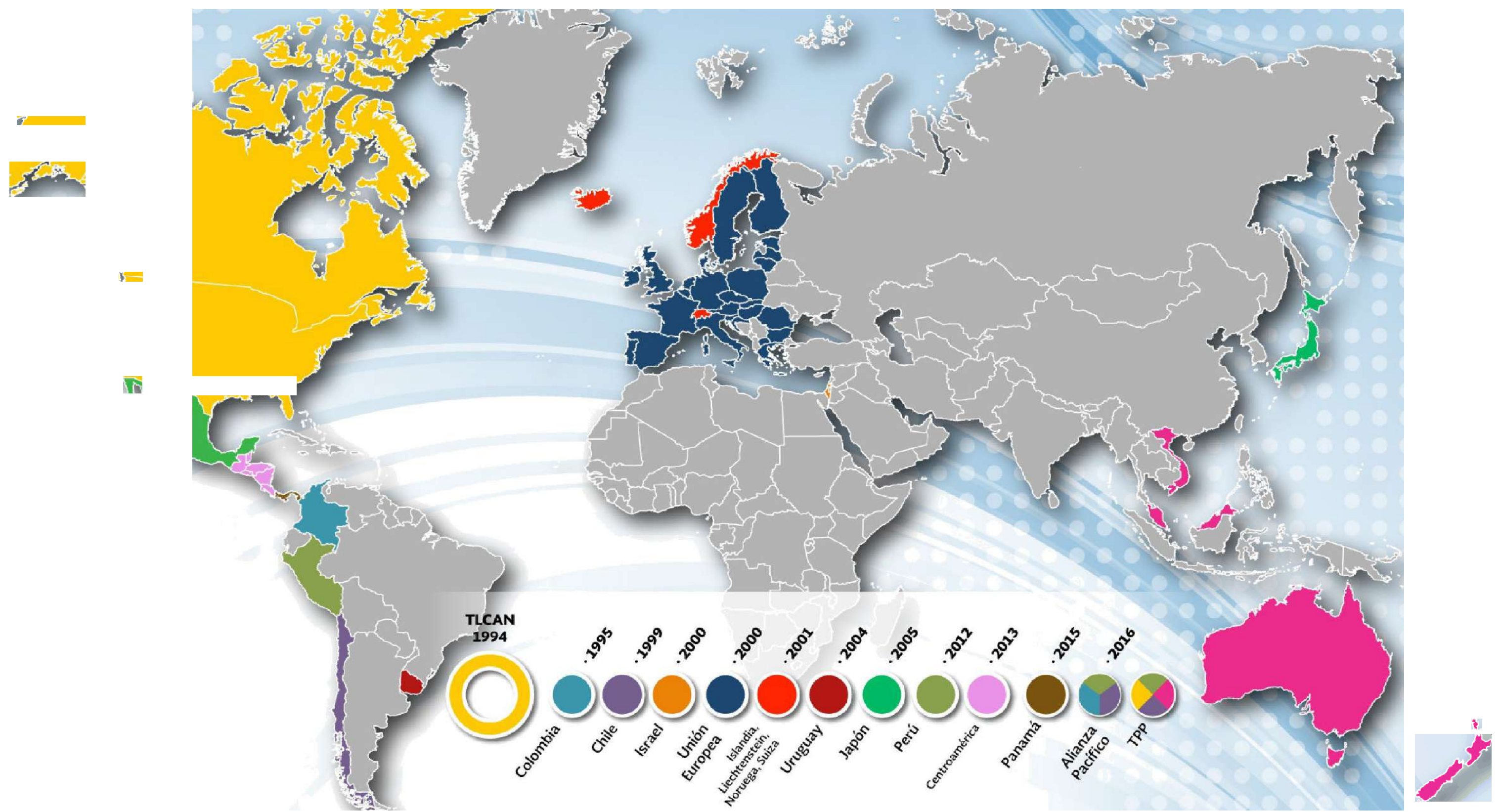
**Obtención:** Generalmente emitido por cámaras de comercio, autoridades gubernamentales o entidades designadas, como asociaciones comerciales. Puede requerir información sobre el proceso de producción y materiales utilizados.





México cuenta con una red de 14 Tratados de Libre Comercio con 50 países (TLCs), 30 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con 31 países o regiones administrativas y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).





# Principales países a los que Exporta México



| Cientes principales<br><i>(% de las exportaciones)</i> | 2023  |
|--|-------|
| Estados Unidos   | 79,6% |
| Canadá   | 3,0%  |
| China  | 1,5%  |
| Alemania   | 1,5%  |
| Brasil   | 0,7%  |
| Japón  | 0,6%  |
| Corea del Sur  | 0,6%  |
| Guatemala  | 0,5%  |
| Reino Unido  | 0,5%  |
| Colombia   | 0,5%  |





# Principales productos exportados

México ocupa el 12° lugar en producción mundial de alimentos:

- 12° en producción mundial de cultivos agrícolas.
- 10° en producción mundial de ganadería primaria.
- 17° en producción mundial pesquera y acuícola.

El 72.1% del total de divisas por las ventas al exterior de productos agroalimentarios de México, corresponden a los principales por su valor comercial.





Cerveza - 6,083 mmd



Aguacate - 3,368 mmd



Galletas dulces - 1,182 mmd



Azúcar - 1,012 mmd



Tequila - 4,085 mmd



Carne de bovino - 2,238 mmd



Confitería - 1,138 mmd



Berries - 3,789 mmd



Jitomate - 2,143 mmd



Pimiento - 1,124 mmd



## Principales mercados agroalimentarios de México en 2022 (millones de dólares)

1. Estados Unidos - 35,437 mdd
2. Japón - 1,186 mdd
3. Canadá - 894 mdd
4. China - 474 mdd
5. Guatemala - 377 mdd





# Mercado de país de origen



**Normas Oficiales Mexicanas (NOM):** Estas normas establecen requisitos específicos para el etiquetado de productos, que pueden incluir el país de origen. Por ejemplo, la NOM-050-SCFI-2004 establece los lineamientos generales para el etiquetado de productos, incluyendo la obligación de mencionar el país de origen.



**Ley de Protección al Consumidor:** Esta ley también exige que los productos importados y nacionales tengan información clara y precisa sobre su origen para proteger los derechos del consumidor.

3

**Reglas Generales de Comercio Exterior:** Estas reglas pueden especificar los requisitos de etiquetado para productos exportados desde México, asegurando que los productos cumplen con las regulaciones del país de destino.

4

**Requisitos de Etiquetado:** Generalmente, el país de origen debe aparecer en una ubicación visible en el empaque o en el producto mismo. Debe ser en español o en el idioma del país en el que se comercializará el producto, y debe ser claramente legible.



# Bebidas de México CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN





# Certificado de Productos

**Propósito:** Confirma que un producto cumple con ciertos estándares, especificaciones o regulaciones. Puede incluir aspectos como calidad, seguridad, y conformidad con normas específicas.

**Uso:** Es necesario para garantizar que los productos cumplan con las normas del país importador, especialmente en sectores regulados como alimentos, medicamentos, productos eléctricos, etc.

**Obtención:** Emitido por organismos de certificación, laboratorios o entidades reguladoras. Los requisitos varían según el tipo de producto y el mercado objetivo, y pueden incluir pruebas y auditorías.

México ha ampliado sus mercados a naciones de difícil acceso como pueden ser las asiáticas y las de medio oriente, esto gracias a que en nuestro país existen una amplia gama de sistemas de producción que cuentan con certificaciones reconocidas en mercados internacionales tales como la otorgada a productos orgánicos, productos de mercado justo, Tipo Inspección Federal, así como certificaciones técnico religiosas (Kosher y Halal) para los mercados que así lo demandan.



# T-MEC OPORTUNIDADES Y BENEFICIOS

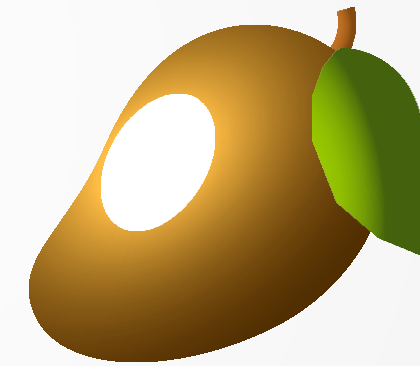


México-Estados Unidos: En 2022, México exportó \$421MM a Estados Unidos. Los principales productos que México exportó a Estados Unidos fueron Ordenadores (\$36,8MM), Coches (\$34,1MM), y Vehículos de motor; Piezas y accesorios (8701 a 8705) (\$31,8MM). Durante los últimos 5 años las exportaciones de Estados Unidos a México han tenido un incremento a una tasa anualizada de 5,31%, desde \$227MM en 2017 a \$294MM en 2022.



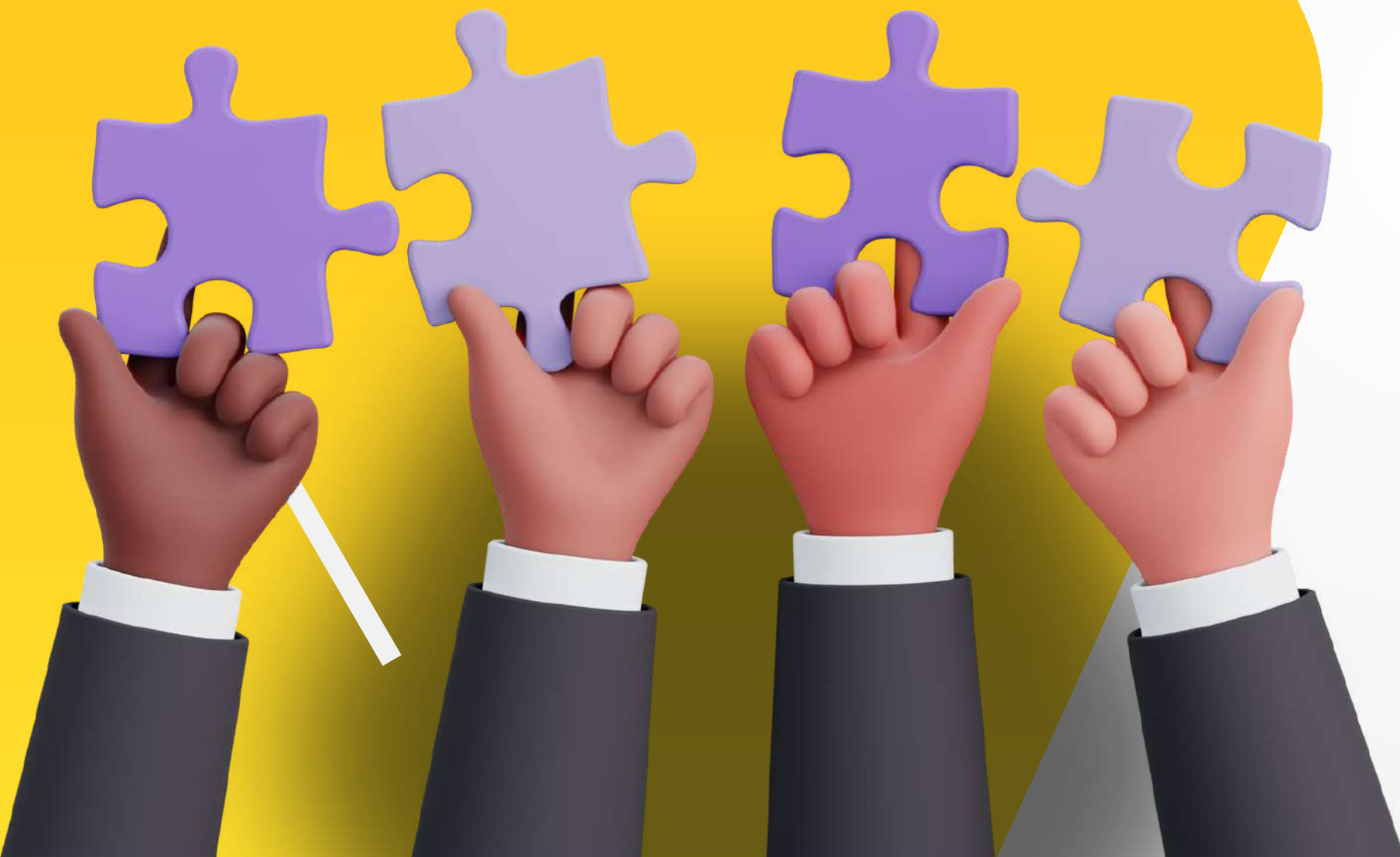
La relación con Canadá, en materia de comercio e inversiones, ha crecido de manera constante desde 1994. Actualmente es nuestro tercer socio comercial, después de Estados Unidos y Japón, y nosotros también somos su tercer socio comercial, después de Estados Unidos y China.

El valor de las exportaciones agroalimentarias a Canadá, en 2021, fue de 966 millones de dólares y los principales productos que se exportaron son:





# OPORTUNIDADES



## Acceso Preferencial al Mercado:

México tiene acceso preferencial a dos de los mercados más grandes del mundo, lo que puede beneficiar a sus exportaciones, especialmente en sectores como la automotriz, agrícola y manufacturero.

## Mejora en Normas Laborales:

El TMEC incluye disposiciones para mejorar las condiciones laborales en México, lo que puede ayudar a elevar los estándares de trabajo y mejorar la competitividad del país.

## Inversión en Infraestructura:

La modernización de las normas y la inversión en infraestructura, como el sector energético y de telecomunicaciones, puede impulsar el desarrollo económico y atraer inversiones extranjeras.

## Protección de Propiedad Intelectual:

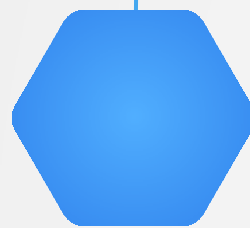
Fortalece las protecciones para la propiedad intelectual, lo que puede fomentar la innovación y atraer inversiones en sectores de alta tecnología y creatividad.





## **Certificación de Origen:**

Las nuevas reglas de origen favorecen a las industrias que integran cadenas de suministro en América del Norte, lo que puede beneficiar a las empresas mexicanas que se ajustan a estos estándares.



## **Agricultura:**

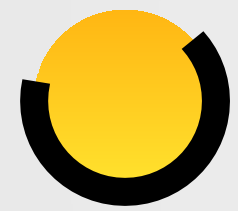
Aunque hay desafíos, también hay oportunidades para exportar productos agrícolas a los mercados de EE.UU. y Canadá bajo condiciones favorables.

En resumen, el TMEC ofrece oportunidades significativas para el crecimiento económico y la modernización en México, aunque también presenta desafíos que deben ser gestionados adecuadamente.

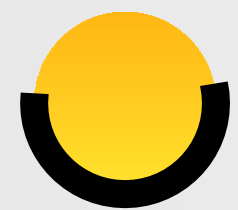
# DESAFIOS



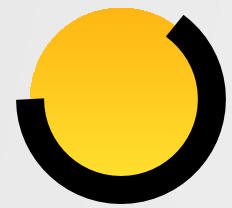
**Adaptación a Nuevas Normas:** Las nuevas reglas de origen y regulaciones en sectores como la automotriz y la agricultura pueden requerir ajustes significativos en las prácticas empresariales y en las cadenas de suministro.



**Cumplimiento Laboral:** Las disposiciones sobre derechos laborales y condiciones de trabajo exigen mejoras que pueden aumentar los costos operativos para las empresas mexicanas y requerir una reforma en el mercado laboral.



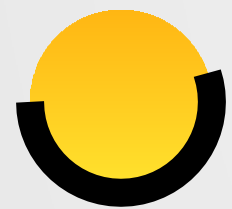
**Protección Ambiental:** Las nuevas normas ambientales y de sostenibilidad pueden exigir inversiones adicionales para cumplir con los estándares más estrictos, lo que podría afectar la rentabilidad en ciertos sectores.



**Competencia en el Sector Agrícola:** Aunque hay oportunidades, también hay una mayor competencia en el sector agrícola, especialmente para productos que enfrentan subsidios y barreras comerciales en EE.UU. y Canadá.



**Reformas en Energía:** Las reglas relacionadas con el sector energético pueden impactar la política energética de México y las inversiones en este sector, que es crítico para la economía del país.



**Desafíos en la Implementación:** La implementación efectiva de los compromisos del TMEC puede ser compleja y requerir coordinación entre diferentes niveles de gobierno y sectores industriales.





That's not my problem



Share



Watch on  YouTube





# MTRA. ALEJANDRA CANO

Escanea el código QR  
para acceder a la  
evaluación del módulo:



## INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR

