

Directorio

Lic. Emilio Chuayffet Chemor
Secretario de Educación

Dr. Fernando Serrano Migallón
Subsecretario de Educación Superior

Mtro. Héctor Arreola Soria
Coordinador General de Universidades Tecnológicas y Politécnicas

Dr. Gustavo Flores Fernández
Coordinador de Universidades Politécnicas.

SEP

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



Subsistema de **Universidades
Politécnicas**

PÁGINA LEGAL

Participantes

Mtra. Consuelo González Camacho - Universidad Politécnica de Tecámac

Mtra. Ana maría Castillo Alvarez- Universidad Politécnica de Tecámac

Mtro. Ignacio Guillermo Cañibe Sánchez- Universidad Politécnica de Tecámac



Primera Edición: 2012

DR © 2011 Coordinación de Universidades Politécnicas.

Número de registro:

México, D.F.

ISBN_____



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
PROGRAMA DE ESTUDIO	2
FICHA TÉCNICA	2
DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE	6
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	11
GLOSARIO	31
BIBLIOGRAFÍA	35

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de un Plan de Negocios de Exportación es vital para las empresas que desean exportar productos. Por lo tanto es necesario que los profesionistas de Negocios Internacionales estructuren este tipo de planes.

El Plan de Negocios de Exportación está conformado por:

Análisis de la empresa. Refiriéndose a la información sobre el negocio considerando variables determinantes como: Historia organizacional, constitución y giro, misión, visión, filosofía corporativa, política, organigrama, objetivos corporativos, clasificación de sector, magnitud y capital, controles y reportes existentes que facilitan la toma de decisiones de los directivos, situación financiera y situación del área de producción. Y Describe la situación comercial del negocio contemplando las variables: Unidades de Negocio y Portafolio de Productos, Mezcla de Mercadotecnia, Análisis histórico de ventas, participación en el mercado, posicionamiento, perfil del consumidor, mercado, industria, macroambiente.

Selección del mercado meta internacional. Empleando la Matriz de selección del país meta, incluyendo las variables: económicas, demográficas, políticas y culturales. Considerando de igual forma estratos, hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo; Restricciones y Regulaciones Arancelarias y No Arancelarias del mercado meta y Aspectos culturales de la negociación comercial.

Estudio financiero. Considerando el estudio financiero del producto o servicio a exportar y el análisis de fuentes de financiamiento

Integración del plan. Estableciendo la estrategia de mercadotecnia a seguir en el plan de negocios de exportación con base en objetivos comerciales y financieros y dejando evidencia con el reporte del Plan de Negocios de Exportación.

La asignatura contribuye a la formación del profesional en la realización de un plan de negocios de exportación como proyecto de inversión, planeación de un producto o servicio y segmentación de mercado internacionales.

	FICHA TÉCNICA PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN
---	--

Nombre:	Plan de Negocios de Exportación
Clave:	PNE-ES
Justificación:	La asignatura contribuye a la formación del profesional en brindar la metodología para elaborar un plan de negocios de exportación.
Objetivo:	El alumno será capaz realizar un plan de negocios de exportación como proyecto de inversión, planeación de un producto o servicio y segmentación de mercado internacionales.
Habilidades:	Integrar los apartados que integran un plan de exportación, considerando los requisitos como proyecto de inversión, de acuerdo al producto o servicio.
Competencias genéricas a desarrollar:	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar Plan de Negocios de Exportación utilizando la metodología establecida por los organismos de fomento a los negocios internacionales para penetrar y/o expandir las operaciones de la empresa hacia los mercados globales, permitiendo el incremento de los flujos de capital y la competitividad de la empresa.

Capacidades a desarrollar en la asignatura	Competencias a las que contribuye la asignatura
<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar el plan financiero mediante el uso de estados financieros para el desarrollo global e integral de la empresa. • Implementar Plan de Negocios de Exportación utilizando la metodología establecida por los organismos de fomento a los negocios internacionales para penetrar y/o expandir las operaciones de la empresa hacia los mercados globales, permitiendo el incremento de los flujos de capital y la competitividad de la empresa. • Ejecutar estrategias de negociación adaptándolas a los diversos contextos internacionales para contribuir a los objetivos de expansión global de la empresa. • Diseñar estudios de mercado mediante la identificación de los requerimientos cualitativos o cuantitativos conforme a las metodologías adhoc para la toma de decisiones de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar los requerimientos de la organización mediante la determinación de la situación económica de la empresa para lograr la rentabilidad financiera. • Diseñar el plan financiero de la organización mediante los requerimientos de la empresa para incrementar sus posibilidades de desarrollo económico. • Determinar los elementos del Plan de Negocios de exportación aplicando la metodología establecida por los organismos de fomento a los negocios internacionales que permitirá penetrar y/o expandir las operaciones de la empresa hacia los mercados globales. • Formular Plan de Negocios de Exportación integrando los elementos necesarios para su implementación, para penetrar y/o expandir las operaciones de la empresa hacia los mercados globales. • Definir el proceso de negociación para contribuir a los objetivos de expansión global de la empresa, mediante la adaptación de estrategias. • Realizar investigaciones de mercado a través de la metodología adhoc que permita a la empresa obtener resultados confiables para la toma de decisiones.

	Unidades de aprendizaje	HORAS TEORÍA		HORAS PRACTICA	
		presencial	No presencial	presencial	No Presencial
Estimación de tiempo (horas) necesario para transmitir el aprendizaje al alumno, por Unidad de Aprendizaje:	1. Análisis de la empresa	5	5	5	0
	2. Selección del mercado meta internacional	8	5	10	0
	3. Estudio financiero	7	5	5	0
	4. Integración del Plan de negocios de exportación	10	0	10	0
Total de horas por cuatrimestre:	75				
Total de horas por semana:	5				
Créditos:	5				



INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

**LISTA DE COTEJO DE REPORTE DE INFORMACIÓN SOBRE LAS
VARIABLES QUE INTEGRAN UN ANÁLISIS DE LA EMPRESA
EP1 UNIDAD 1**

Nombre de la asignatura:	PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	1. Análisis de la empresa
Evidencia a presentar:	REPORTE PARCIAL DE ACUERDO A LA ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS, APARTADO: ANÁLISIS DE LA EMPRESA
Resultado de aprendizaje:	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: Recopilar información sobre el negocio considerando variables determinantes como: Historia organizacional, constitución y giro, misión, visión, filosofía corporativa, política, organigrama, objetivos corporativos, clasificación de sector, magnitud y capital, controles y reportes existentes que facilitan la toma de decisiones de los directivos, situación financiera y situación del área de producción
Instrucciones de aplicación de este instrumento:	Se solicitará al alumno que investigue toda la información relacionada con el análisis de la empresa sujeta de caso de estudio durante todo el cuatrimestre.

NOMBRE DEL ALUMNO: _____

	ASPECTO A EVALUAR	VALOR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Presentación, el reporte cumple con los requisitos de: (EP)	Requisito de entrega		
1	Buena presentación diseñada en PC.			
2	Ortografía correcta.			
2	Estructura de la información, el reporte se presenta con: (EP)	3.0		
1	Información ordenada por apartados	1		
2	Información presentada de acuerdo a los lineamientos de preparación organizacional y administrativa de cada uno de los apartados	1		
	Integra formatos, gráficos, estadísticas, etc. como elementos visibles para valorar la información recabada	1		
3	Esencia de la Información, El reporte integra los apartados de:	7.0		

1	Historia organizacional: constitución, giro, sector, tiempo de operación, tipo de empresa	1		
2	Filosofía corporativa: misión, visión, filosofía, políticas, valores	1		
3	Estructura administrativa: organigrama, objetivos corporativos, procedimientos, relaciones empresariales	1		
4	Controles y reportes existentes que facilitan la toma de decisiones de los directivos,	1		
5	Situación financiera: estados de resultados y situación del área de producción	1		
6	Situación del área de producción: maquinaria, capacidad de producción, estándares de calidad, mejoras o ajustes al producto, estadísticos de producción	1		
7	Análisis FODA	1		

CALIF: _____ RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO: _____

OBSERVACIONES: _____



**CUESTIONARIO SOBRE VARIABLES COMERCIALES
EC1 UNIDAD 1.**

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN	
NOMBRE DE LA ASIGNATURA PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN	RESULTADO DE APRENDIZAJE: Describe la situación comercial del negocio contemplando las variables: Unidades de Negocio y Portafolio de Productos, Mezcla de Mercadotecnia, Análisis histórico de ventas, participación en el mercado, posicionamiento, perfil del consumidor, mercado, industria, macroambiente.
NOMBRE DEL ALUMNO:	
INSTRUCCIONES	
Estimado alumno: <ul style="list-style-type: none"> • Conteste los siguientes planteamientos de manera clara. • Le recordamos tomar el tiempo necesario para contestar y desarrollar su contenido. 	
ASPECTO	
Defina de la manera más adecuada los siguientes conceptos o peticiones <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué son las unidades de negocios y cómo se determinan? 2. ¿Cómo se integra un portafolio de productos? 3. ¿Qué aspectos inciden en la integración de una mezcla de mercadotecnia? 4. ¿Cuáles son los aspectos del comercio exterior que afectan la toma de decisiones para diseñar una mezcla de mercadotecnia para introducir un producto o servicio a un mercado extranjero? 5. Define envase, embalaje y etiqueta; menciona que elementos comerciales y legales debes de tomar en cuenta para su diseño 6. ¿Cuáles son los métodos para realizar un análisis histórico de ventas?, explica uno de ellos 7. ¿Cómo se mide la participación en el mercado? 8. ¿Cómo se determina el posicionamiento de un producto en un mercado? 9. Enuncia las variables para determinar el perfil del consumidor 10. ¿Cuáles son la variables para determinar un mercado meta? 11. ¿Cómo se mide la industria en la que se mueve un producto o servicio? 12. Explica las variables del macroambiente 13. Explica y relaciona el diamante de Porter con la pregunta anterior 	

CALIF: _____ **RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO:** _____

OBSERVACIONES: _____



Subsistema de **Universidades
Politécnicas**

LISTA DE COTEJO DE REPORTE DE LA SITUACIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA EP2 UNIDAD 1

Nombre de la asignatura:	PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	1. Análisis de la empresa
Evidencia a presentar:	REPORTE PARCIAL DE ACUERDO A LA ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS, APARTADO: SITUACIÓN COMERCIAL
Resultado de aprendizaje:	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: Describir la situación comercial del negocio contemplando las variables: Unidades de Negocio y Portafolio de Productos, Mezcla de Mercadotecnia, Análisis histórico de ventas, participación en el mercado, posicionamiento, perfil del consumidor, mercado, industria, macroambiente.
Instrucciones de aplicación de este instrumento:	Se solicitará al alumno que investigue toda la información relacionada con el análisis de la empresa sujeta de caso de estudio durante todo el cuatrimestre.

	ASPECTO A EVALUAR	VALOR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Presentación, el reporte cumple con los requisitos de: (EP)	Requisito de entrega		
1	Buena presentación diseñada en PC.			
2	Ortografía correcta.			
2	Estructura de la información, el reporte se presenta con: (EP)	3.0		
1	Información ordenada por apartados	1		
2	Información presentada de acuerdo a los lineamientos de preparación de la situación comercial que aplica a cada uno de los apartados	1		
	Integra formatos, gráficos, estadísticas, etc. como elementos visibles para valorar la información recabada	1		
3	Esencia de la Información, El reporte integra los apartados de:	7.0		
1	Unidades de Negocio y Portafolio de Productos	1		
2	Perfil del consumidor	1		
3	Mezcla de Mercadotecnia	1		

4	Análisis histórico de ventas	1		
5	Participación en el mercado, mercado e industria: Valor, tamaño, % de participación, evolución histórica, amenazas y oportunidades, situación de la industria a nivel nacional e internacional, países importadores y exportadores del producto, balanza comercial, canales de venta y distribución, oportunidades de negocio.	1		
6	Posicionamiento local, regional, nacional y/o internacional	1		
7	Variables del macroambiente Social, Demográfico, Geográfico, Cultural, Ecológico, Político, Legal, Gubernamental, Económico, Tecnológico, Competencia y Global..	1		

CALIF: _____ **RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO:** _____

OBSERVACIONES: _____



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

RÚBRICA PARA REPORTE DE LA MATRIZ DE SELECCIÓN DE PAÍS META EP1 UNIDAD 2

Nombre de la asignatura:	Plan de Negocios de Exportación	Evidencia a presentar:	Reporte de la matriz de selección de país meta con al menos tres ciudades o países diferentes, considerando un resumen de análisis FODA de la matriz
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	2. Selección del mercado meta internacional	Resultado de aprendizaje:	Emplear la Matriz de selección del país meta, incluyendo las variables: económicas, demográficas, políticas y culturales.

NOMBRE DEL ALUMNO: _____ GRUPO: _____

Aspecto a Evaluar	Competente	Independiente	Básico	No competente
Variables geográficas	Identifica plenamente cada una de las diferencias sustanciales en la variable geográfica entre cada país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	Identifica algunas diferencias sustanciales en la variable geográfica entre cada país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	No identifica las diferencias sustanciales de cada país o ciudad respecto a la variable geográfica, por lo que no hay reconocimiento de las fortalezas y debilidades más importantes dentro del FODA.	No identifica las diferencias sustanciales entre cada variable de los diferentes países o ciudades. Presenta aproximaciones de fortalezas y debilidades.
Variables económicas	Identifica plenamente cada una de las diferencias sustanciales en la variable económica entre cada país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	Identifica algunas diferencias sustanciales en la variable económica entre cada país o ciudad reconociendo sus fortalezas y debilidades.	No identifica las diferencias sustanciales de cada país o ciudad respecto a la variable económica, por lo que no hay reconocimiento de las fortalezas y debilidades más importantes dentro del FODA.	No identifica las diferencias sustanciales entre cada variable de cada país o ciudad. Presenta aproximaciones de fortalezas y debilidades.
Variables políticas	Identifica plenamente cada una de las diferencias sustanciales en la variable política entre cada	Identifica algunas diferencias sustanciales en la variable política entre cada país o	No identifica las diferencias sustanciales de cada país o ciudad respecto a la variable	No identifica las diferencias sustanciales entre cada variable de los diferentes

	país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	política, por lo que no hay reconocimiento de las fortalezas y debilidades más importantes dentro del FODA.	países o ciudades. Presenta aproximaciones de fortalezas y debilidades.
Variables sociales	Identifica plenamente cada una de las diferencias sustanciales en la variable social entre cada país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	Identifica algunas diferencias sustanciales en la variable social entre cada país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	No identifica las diferencias sustanciales de cada país o ciudad respecto a la variable social, por lo que no hay reconocimiento de las fortalezas y debilidades más importantes dentro del FODA.	No identifica las diferencias sustanciales entre cada variable de los diferentes países o ciudades. Presenta aproximaciones de fortalezas y debilidades.
Variables culturales	Identifica plenamente cada una de las diferencias sustanciales en la variable cultural entre cada país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	Identifica algunas diferencias sustanciales en la variable cultural entre cada país o ciudad, reconociendo sus fortalezas y debilidades.	No identifica las diferencias sustanciales de cada país o ciudad respecto a la variable cultural, por lo que no hay reconocimiento de las fortalezas y debilidades más importantes dentro del FODA.	No identifica las diferencias sustanciales entre cada variable de los diferentes países o ciudades. Presenta aproximaciones de fortalezas y debilidades.
Presentación escrita de la Matriz	El reporte escrito de la matriz es conciso pero completo, expresando claramente los resultados de su análisis y la identificación de fortalezas y debilidades de cada país o ciudad. No tiene faltas de ortografía. La presentación es limpia y profesional. Emplea fuentes de información como sustento a su análisis.	El reporte escrito de la matriz es conciso pero no tan completo, expresando claramente los resultados de su análisis (con la carencia de algunas variables) y la identificación de fortalezas y debilidades de cada país o ciudad. Tiene al menos un bloque de una a cinco faltas de ortografía. La presentación es limpia y profesional. No emplea suficientes fuentes de información como sustento a su análisis.	El reporte escrito de la matriz es breve pero no completo, expresando vagamente los resultados de su análisis, y la identificación de fortalezas y debilidades no están sustentadas. Tiene al menos un bloque de seis a diez faltas de ortografía. La presentación es limpia pero no profesional por la carencia de información. No emplea suficientes fuentes de información como sustento a su análisis.	El reporte escrito de la matriz es breve pero no completo, no expresa los resultados de su análisis, y la identificación de fortalezas y debilidades no están sustentadas. Tiene al menos un bloque de seis a diez faltas de ortografía o más. La presentación es limpia pero no profesional por la carencia de información. No emplea fuentes confiables de información como sustento a su cuadro.

CALIF: _____ RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO: _____

OBSERVACIONES: _____



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

RÚBRICA PARA REPORTE DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL MERCADO META INTERNACIONAL EP2 UNIDAD 2

Nombre de la asignatura:	Plan de Negocios de Exportación	Evidencia a presentar:	Reporte de investigación sobre el mercado meta internacional
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	2. Selección del mercado meta internacional	Resultado de aprendizaje:	Seleccionar del mercado meta internacional considerando: Estratos, hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo; Restricciones y Regulaciones Arancelarias y No Arancelarias del mercado meta y Aspectos culturales de la negociación comercial.

NOMBRE DEL ALUMNO: _____ **GRUPO:** _____

Aspecto a Evaluar	Competente	Independiente	Básico	No competente
<i>Variable consumo</i>	Identifica plenamente los hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo del estrato de mercado meta cada una de los datos sustanciales reconociendo la oportunidad del mercado seleccionado.	Identifica algunas variables como los hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo del estrato de mercado meta cada una de los datos sustanciales reconociendo la oportunidad del mercado seleccionado.	No identifica plenamente los hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo del estrato de mercado meta cada una de los datos sustanciales reconociendo la oportunidad del mercado seleccionado. Presenta información muy general.	No identifica plenamente los hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo del estrato de mercado meta cada una de los datos sustanciales reconociendo la oportunidad del mercado seleccionado.
<i>Restricciones y regulaciones arancelarias</i>	Identifica plenamente cada una de las restricciones y regulaciones arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado.	Identifica algunas de las restricciones y regulaciones arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado.	No identifica las restricciones y regulaciones arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado, presentando aproximaciones.	No identifica las restricciones y regulaciones arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado.

<i>Restricciones y regulaciones no arancelarias</i>	Identifica plenamente cada una de las restricciones y regulaciones no arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado.	Identifica algunas de las restricciones y regulaciones no arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado.	No identifica las restricciones y regulaciones no arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado, presentando aproximaciones.	No identifica las restricciones y regulaciones no arancelarias para incursionar en el mercado meta internacional seleccionado.
<i>Aspectos culturales de la negociación comercial</i>	Identifica plenamente cada uno de los aspectos culturales que intervendrán de manera favorable en la negociación comercial con el mercado meta seleccionado y las áreas de oportunidad a manejar.	Identifica algunas diferencias sustanciales de los aspectos culturales que intervendrán de manera favorable en la negociación comercial con el mercado meta seleccionado y las áreas de oportunidad a manejar.	No identifica las diferencias sustanciales que intervendrán de manera favorable en la negociación comercial con el mercado meta seleccionado. Y Presenta aproximaciones del manejo de los aspectos culturales en la negociación.	No identifica las diferencias sustanciales que intervendrán de manera favorable en la negociación comercial con el mercado meta seleccionado.
Presentación escrita del reporte	El reporte escrito es conciso pero completo, presentado como un apartado del plan de negocios de exportación; expresando claramente los resultados de su análisis que sustenta la selección del mercado meta internacional. No tiene faltas de ortografía. La presentación es limpia y profesional. Emplea fuentes de información como sustento a su análisis.	El reporte escrito es conciso pero no tan completo, presentado como un apartado del plan de negocios de exportación; expresando claramente los resultados de su análisis (con la carencia de algunas variables) que sustenta la selección del mercado meta internacional. Tiene al menos un bloque de una a cinco faltas de ortografía. La presentación es limpia y profesional. No emplea suficientes fuentes de información como sustento a su análisis.	El reporte escrito es conciso pero no completo, presentado como un apartado del plan de negocios de exportación; expresando vagamente los resultados de su análisis. Tiene al menos un bloque de seis a diez faltas de ortografía. La presentación es limpia pero no profesional por la carencia de información. No emplea suficientes fuentes de información como sustento a su análisis.	El reporte escrito es breve pero no completo, no expresa los resultados de su análisis, su informe carece de sustento. Tiene al menos un bloque de seis a diez faltas de ortografía o más. La presentación es limpia pero no profesional por la carencia de información. No emplea fuentes confiables de información.

CALIF: _____ RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO: _____

OBSERVACIONES: _____



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

**LISTA DE COTEJO DE INFORME DE LA SITUACIÓN FINANCIERA
CONFORME A LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS FINANCIEROS
EP1 UNIDAD 3**

Nombre de la asignatura:	PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	3. Estudio financiero
Evidencia a presentar:	REPORTE PARCIAL DE ACUERDO A LA ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS, APARTADO: INFORME DE LA SITUACIÓN FINANCIERA
Resultado de aprendizaje:	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: Realizar el análisis de la información Financiera del producto/servicio a exportar
Instrucciones de aplicación de este instrumento:	Se solicitará al alumno que investigue toda la información relacionada con la situación financiera del producto o servicio a exportar.

	ASPECTO A EVALUAR	VALOR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Presentación, el reporte cumple con los requisitos de: (EP)	Requisito de entrega		
1	Buena presentación diseñada en PC.			
2	Ortografía correcta.			
2	Estructura de la información, el reporte se presenta con: (EP)	1.0		
1	Información ordenada por apartados	.5		
2	Información presentada de acuerdo a los lineamientos de preparación del informe de la situación financiera	.5		
3	Esencia de la Información, El reporte integra los apartados de:	9.0		
1	Análisis de gastos y costos directos e indirectos	1		
2	Análisis financiero (razones financieras)	1		
3	Punto de equilibrio	1		
4	Retorno de inversión	1		
5	Flujo de efectivo (caja)	1		
6	Capital de Trabajo	1		

7	Presupuestos y proyecciones financieras	1		
8	Pronósticos: Ventas primera ocasión, Ventas de reposición, Ventas repetidas	1		
9	Cobertura de riesgos: Proporciona un cuadro resumen de las pólizas de seguros que amparan los activos fijos contra los riesgos que les resulten inherentes, las cuentas por cobrar / pagar contra riesgo cambiario, las ventas a plazo contra riesgos comerciales y políticos, al producto o servicio contra los daños y/o perjuicios que pueda ocasionar al consumidor o terceras personas o los que pueda sufrir el propio bien durante el traslado.	1		

CALIF: _____ **RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO:** _____

OBSERVACIONES: _____



**GUÍA DE OBSERVACIÓN DE MESA REDONDA SOBRE FUENTES DE FINANCIAMIENTO NACIONALES E INTERNACIONALES PARA PRODUCTOS EXPORTABLES
ED1 UNIDAD 3**

Nombre de la asignatura:	Plan de Negocios de Exportación
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	3. Estudio financiero
Evidencia a presentar:	Mesa redonda con el tema fuentes de financiamiento nacionales e internacionales para productos exportables
Resultado de aprendizaje:	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: Realizar el análisis de las fuentes de financiamiento nacional e internacional en caso de que aplique
Instrucciones de aplicación de este instrumento:	Participación en una mesa redonda grupal para realizar el análisis de las fuentes de financiamiento nacionales e internacionales.

NOMBRE DEL ALUMNO: _____

	ASPECTO A EVALUAR	VALOR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	EL ALUMNO GRUPO INICIO CON: (ED)	1.0		
1	Presentación adecuada del tema	0.5		
2	Mención del alcance del objetivo del tema respecto a las ventajas de las diferentes fuentes de financiamiento nacionales e internacionales para productos/servicios exportables mexicanos.	0.5		
2	EN EL DESARROLLO DE LA MESA REDONDA EL GRUPO PRESENTA: (ED)	7.0		
1	Fuentes de financiamiento nacionales	1.0		
2	Mecanismos para aspirar a los financiamientos nacionales	1.0		
3	Fuentes de financiamiento internacionales	1.0		
4	Mecanismos para aspirar a los financiamientos internacionales	1.0		
5	Sustentos estadísticos	1.5		
6	La forma de conducir la mesa redonda, interés al auditorio	0.5		
7	Utilizaron adecuadamente recursos de diferente índole como respaldo	1.0		

3	AL CIERRE Y CONCLUSIONES DE LA MESA REDONDA, EL GRUPO: (ED)	1.0		
1	Respondió a las preguntas generadas por el grupo con respeto al tema	.5		
2	Concluyó con base a la competencia	.5		
4	EL DESEMPEÑO DEL GRUPO DURANTE LA MESA REDONDA FUE: (ED)	1.0		
1	Adecuada conforme a las reglas de una buena mesa redonda	1.0		

OBSERVACIONES: _____

CALIF: _____ RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO: _____



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

**LISTA DE COTEJO PARA REPORTE DE LA ESTRATEGIA DE
MERCADOTECNIA PARA PRODUCTO/SERVICIO EXPORTABLE
EP1 UNIDAD 4**

Nombre de la asignatura:	PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	4. Integración del Plan de negocios de exportación
Evidencia a presentar:	REPORTE PARCIAL DE ACUERDO A LA ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS, APARTADO: ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA PARA PRODUCTO/SERVICIO EXPORTABLE
Resultado de aprendizaje:	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: Establecer la estrategia de mercadotecnia a seguir en el plan de negocios de exportación con base en objetivos comerciales y financieros
Instrucciones de aplicación de este instrumento:	Se solicitará al alumno que integre la estrategia de mercadotecnia en el plan de negocios de exportación

	ASPECTO A EVALUAR	VALOR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Presentación, el reporte cumple con los requisitos de: (EP)	Requisito de entrega		
1	Buena presentación diseñada en PC.			
2	Ortografía correcta.			
2	Estructura de la información, el reporte se presenta con: (EP)	3.0		
1	Información ordenada por apartados	1		
2	Información presentada de acuerdo a los lineamientos de preparación de la estrategia de mercadotecnia internacional	1		
	Diseños, diagramas, tablas, gráficos, formatos, etc.	1		
3	Esencia de la Información, El reporte integra los apartados de:	7.0		
1	Estrategias para Producto: introducción, concepto definido del producto: Calidad del producto, diseño, insumos, envase, embalaje y etiquetas.	1		
2	Estrategias para precio: fijación de precios de exportación (costing pricing), volumen exportable, estacionalidad de la demanda y producción.	1		

3	Estrategias para plaza: desarrollo del mercado, canal de venta, modalidad de intermediarios, participación en el mercado buscada.	1		
4	Estrategias para promoción: estrategia de introducción, medios, mensajes, posicionamiento buscado, normas y regulaciones gubernamentales mexicanas y de cada mercado meta promoción y publicidad aplicada para cada producto similar en el mercado meta.	1		
5	Presupuesto de mercadotecnia.	1		
6	Costos, Ventas esperadas y utilidades.	1		
7	Cronograma	1		

CALIF: _____ **RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO:** _____

OBSERVACIONES: _____



Sistema de
**Universidades
Politécnicas**

**LISTA DE COTEJO PARA REPORTE DE LA ESTRATEGIA DE
MERCADOTECNIA PARA PRODUCTO/SERVICIO EXPORTABLE
EP1 UNIDAD 4**

Nombre de la asignatura:	PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	4. Integración del Plan de negocios de exportación
Evidencia a presentar:	PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN INTEGRADO
Resultado de aprendizaje:	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: Presentar el Plan de negocios de exportación en carpeta ejecutiva de acuerdo al contenido documental base
Instrucciones de aplicación de este instrumento:	Se solicitará al alumno que integre el plan de negocios de exportación

	ASPECTO A EVALUAR: APARTADOS DEL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION	VALOR	CUMPLE	NO CUMPLE
I	EL RESUMEN EJECUTIVO Contiene:			
1	Generales de la empresa, producto, mercado, participación, potencial, objetivo del plan, justificación del proyecto y puntos importantes que atraigan el interés del lector. Integrado en 3 a 5 págs. (redactado en español e inglés)	2		
II	EL ANÁLISIS DEL NEGOCIO Incluye:			
1	Historia organizacional, constitución y giro, misión, visión, filosofía corporativa, política, organigrama, objetivos corporativos, clasificación de sector, magnitud y capital, controles y reportes existentes que facilitan la toma de decisiones de los directivos, situación financiera y situación del área de producción.	1		
III	EL ANÁLISIS COMERCIAL Contiene:			
1	Unidades de Negocio y Portafolio de Productos	1		
2	Análisis de la Mezcla de Mercadotecnia actual (producto, precio, plaza, promoción)			
3	Análisis histórico de ventas, participación en el mercado, posicionamiento.			
4	Análisis del Perfil de Consumidor.			
5	Análisis del Mercado: Valor, tamaño, % de participación, evolución histórica, amenazas y oportunidades.			

6	Análisis de la industria: situación de la industria a nivel nacional e internacional, países importadores y exportadores del producto, balanza comercial, canales de venta y distribución, oportunidades de negocio.			
7	Análisis del macro ambiente: Social, Demográfico, Geográfico, Cultural, Ecológico, Político, Legal, Gubernamental, Económico, Tecnológico, Competencia y Global.			
IV	LA SELECCIÓN DEL MERCADO META INTERNACIONAL Integra:			
1	Matriz de selección del país meta, incluyendo variables: económica, demográfica, política, cultural, PIB, balanza comercial, ingreso y consumo per cápita, inflación, áreas económicas, inversión nacional y extranjera en la industria, estructura demográfica, crecimiento demográfico, distribución de la población por nivel socioeconómico, distribución política, panorámica político.	1		
2	Evaluación y selección del mercado meta internacional: Estratos, hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo			
3	Restricciones y Regulaciones Arancelarias y No Arancelarias del mercado meta. Identificación de fracción arancelaria, contribuciones en el país destino, Normas de calidad (conforme al mercado y producto definitivo a exportar).			
4	Aspectos culturales de la negociación comercial.			
V	EL ESTUDIO FINANCIERO Integra:			
1	Análisis de la información Financiera	1		
2	Análisis de las fuentes de financiamiento nacional e internacional en caso de que aplique			
VI	EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA Integra:			
1	Estrategias de Producto: Concepto definido del producto (características) estrategia de introducción, ciclo de vida, proceso de adopción.	1		
2	Estrategias de Precio: Estrategia de precios, tácticas de precio, fijación de precio de exportación, (costing, pricing), volumen exportable, estacionalidad de la demanda y producción.			
3	Estrategias de Plaza: Estrategia de distribución (figura internacional utilizada) canal de venta, participación de mercado buscada.			
4	Estrategias de Promoción: Estrategia de promoción, de medios, mensajes y proceso creativo, posicionamiento buscado, normas y regulaciones gubernamentales aplicadas en el mercado meta			
VII	LA ENTREGA FÍSICA DEL PROYECTO Contiene o considera:			
1	Integración en carpeta ejecutiva.	2		
2	Presentación profesional escrita en PC.			
3	Portada			
4	Índice y paginación			
5	Referenciado con fuentes en tablas, gráficos, ilustraciones, etc.			
6	Redacción técnico-profesional			
7	Ortografía correcta			
8	Redacción clara, propia y referenciada			
9	Estandarización de estilo gráfico en el contenido.			
10	Integración del proyecto en CD.	1		

CALIF: _____ RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZADO: _____

OBSERVACIONES: _____

GLOSARIO

A

Aduana: Oficina del gobierno encargada de la cobranza de los derechos que percibe el Fisco por la exportación o importación de mercancías, son los lugares autorizados para la entrada o la salida del territorio nacional de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen.

Agente Aduanal: Es la persona física autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías en los diferentes regímenes aduaneros

Arancel: Impuesto sobre los bienes importados. Relacionado con la lista de gravámenes.

Arancel Ad-Valorem: Gravamen expresado como porcentaje fijo del valor del bien importado.

Apoderado Aduanal: Es la persona física que haya sido designada por otra persona física o moral para que en su nombre o representación se encargue del despacho de mercancías

Arancel específico: Es el gravamen expresado en unidades monetarias sobre o por cada unidad de medida de un bien importado.

Arancel mixto: Es aquel compuesto por un arancel ad valorem y uno específico, aplicados simultáneamente para gravar la importación de un bien.

Autoridad aduanera: Es la autoridad competente que, conforme a la legislación interna de un país, es responsable de la administración de sus leyes y reglamentaciones aduaneras.

B

Balanza de pagos: Se denomina así al sumario de transacciones económicas de un país con el resto del mundo durante un lapso de tiempo determinado.

Base Gravable del Impuesto General de Importación: Es el valor en aduana de las mercancías.

Bienes de una parte: Son los productos nacionales como se definen en el GATT y aquellos que las partes convengan en un tratado de libre comercio.

Bien no originario: Es aquel bien que no califica como originario, de conformidad con las reglas correspondientes.

Bien originario: Significa que cumple con las reglas de origen establecidas en el capítulo correspondiente de un tratado de libre comercio.

C

Candado fiscal: Medio de seguridad con número de control que se utilizan para asegurar el compartimiento de carga, a fin de evitar que la mercancía contenida en el medio de transporte sea modificada.

Clasificación arancelaria: Es la clasificación de las mercancías objeto de la operación de comercio exterior que deben presentar los importadores, exportadores y agentes o apoderados aduanales, previamente a la operación de comercio exterior que pretendan realizar.

Código de Valoración Aduanera: Es el Acuerdo para la aplicación del artículo VII del GATT, contenido en los artículos 64 a 79 de la Ley Aduanera de 1998.

Comprador final: Es la última persona que, en territorio de la parte importadora, adquiere los bienes en la misma forma en que serán importados. Este comprador podría no ser necesariamente el usuario final del bien.

Cuotas compensatorias: Son los derechos aplicables a ciertos productos originarios de determinado o determinados países para compensar el monto de la subvención concedida a la exportación de estos productos.

D

Declaración: Es la obligación que tienen los importadores, exportadores y agentes o apoderados aduanales de manifestar a las autoridades aduanales las mercancías objeto de comercio exterior.

Despacho aduanero: Conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada y salida de mercancías del territorio nacional.

Dictamen anticipado o resolución: Se refiere a la resolución favorable al particular que emite la autoridad aduanera a petición del importador, productor o exportador, previamente a la importación, certificando que la determinación de valor de una mercancía o de su origen por cambio de clasificación arancelaria o valor de contenido regional o marcado de país de origen son correctos, en términos del tratado aplicable y sus reglamentaciones uniformes.

Dictamen de reconocimiento: Reporte elaborado por el personal de operación aduanera o por los dictaminadores del segundo reconocimiento en el que se hace constar el resultado del reconocimiento practicado a determinada mercancía.

Desaduanamiento: Retiro de las mercancías de los recintos fiscal y/o fiscalizado, previo cumplimiento de los requisitos y formalidades establecidos en la Ley Aduanera.

Despacho aduanero: Conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros, deben realizar en la aduana las autoridades aduaneras y los consignatarios, destinatarios, propietarios, poseedores o tenedores en las importaciones y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes o apoderados aduanales.

Documentación aduanera: Documentos que amparan la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, consistentes en: pedimento de importación o exportación, factura comercial, Norma Oficial Mexicana, así como la documentación que compruebe el cumplimiento de regulación y restricciones no arancelarias.

E

Empresa: Cualquier entidad constituida u organizada conforme al derecho aplicable, tenga o no fines de lucro, sea de propiedad privada o gubernamental, incluidas todas

las sociedades, fundaciones, compañías, sucursales, fideicomisos, participaciones, empresas de propietario único, coinversiones u otras asociaciones.

Exportación: Salida de mercancías del territorio nacional en forma definitiva o temporal.

F

Fracción arancelaria: Es la descripción numérica o desglose de un código de clasificación que otorga el Sistema Armonizado.

Franja fronteriza: Es el territorio comprendido entre la línea divisoria internacional y la línea paralela ubicada a una distancia de veinte kilómetros hacia el interior del país.

Franquicia: Libertad y exención que se concede a una persona para no pagar derechos e impuestos por las mercancías que introduce o extrae del país.

G

Gastos de corretaje: Retribuciones pagadas a un tercero por los servicios prestados como intermediario en la operación de compraventa de las mercancías objeto de la operación.

I

Importación: Entrada de mercancías al territorio nacional para permanecer en él en forma definitiva o temporal.

Impuestos: Son las contribuciones establecidas en las leyes que deben pagar las personas físicas y morales que se encuentren en la situación jurídica o de hecho prevista por la misma y que sean distintas de aportaciones, contribuciones y derechos.

Impuestos al comercio exterior: Son los gravámenes que se tienen que cubrir de acuerdo con las tarifas que establecen las leyes por las operaciones de internación y extracción en el territorio nacional de bienes y servicios.

L

LAB: Significa libre a bordo, independientemente del medio en que se transporte, desde el punto de embarque directo del vendedor al comprador.

Libro de control de incidencias: Bitácora en la que se registran todas las incidencias simples detectadas durante el reconocimiento aduanero.

Libro de Rojos: Bitácora foliada en la cual se registra la entrega de pedimentos y sus anexos, al área de reconocimientos, de todos los despachos a los que el SAAI asignó reconocimiento aduanero, haciendo constar los datos de la operación (número de pedimento, patente, patente aduanal, etc.)

M

Mercancías: Son todos los bienes y servicios que cruzan nuestra frontera nacional aun cuando las leyes las consideren como no sujetas a una operación comercial

- De acuerdo con la Ley Aduanera, se consideran mercancías los productos, artículos, efectos y cualesquiera otros bienes, aun cuando las leyes los consideren inalienables o irreductibles a propiedad particular .

Mercancía sensible: Mercancía sujeta a elevados aranceles o a una o varias restricciones, tales como altas cuotas compensatorias, cupos, permisos previos, entre otras, cuya internación ilegal al país puede generar elevados beneficios económicos y de fácil comercialización en mercados informales .

Módulo de exportación: Lugar dónde se presenta la mercancía que va a ser exportada, junto con el pedimento y la documentación anexa para ser sometida al mecanismo de selección automatizado.

Módulo de importación: Lugar dónde se presenta la mercancía que va a ser importada, junto con el pedimento y la documentación anexa para ser sometida al mecanismo de selección automatizado.

N

Norma Oficial Mexicana (NOM): Es una regulación técnica de observancia obligatoria, expedida por las dependencias competentes, con una multiplicidad de finalidades, cuyo contenido debe reunir ciertos requisitos y seguir el procedimiento legal .

O

Orden de embargo: Documento oficial expedido por la autoridad aduanera central, mediante el cual se instruye al personal aduanero a practicar un embargo precautorio en contra de una determinada persona física o moral, en virtud de haber incurrido en cualquiera de los supuestos establecidos en el artículo 151 de la Ley Aduanera .

Orden de verificación de mercancías en transporte: Documento oficial expedido por autoridades aduaneras centrales o por el Administrador de cada aduana, mediante el que se faculta e instruye al personal aduanero para efectuar el reconocimiento de mercancías en tránsito por el territorio nacional.

P

Parte: Significa todo estado respecto del cual haya entrado en vigor un tratado de libre comercio.

Parte informativo: Reporte de una autoridad en la que se hace constar hechos en relación a una incidencia en la que se presume la comisión de una violación a determinadas normas o disposiciones legales, detallando las circunstancias.

Partida: Significa clasificación arancelaria de cuatro dígitos.

Patente: Documento expedido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para el ejercicio de las actividades relacionadas con la importación y exportación de mercancías.

Pedimento: Documento que ampara la entrada o salida de mercancías del país en el cual se precisa el importador o exportador, el proveedor, descripción detallada de las mercancías, valor cantidades, origen, arancel, régimen que se destinará la mercancía, nombre y número de patente del agente aduanal, aduana por la que se tramita, entre otros.

Pedimento consolidado: Documento de solicitud oficial que ampara diversas operaciones de un solo exportador.

Precios estimados: Valor presuntivo que se fija a un determinado producto (prohibidos según la regla 7 del GATT) sólo para efectos de determinar el valor en aduana.

Procedimiento Administrativo en Materia Aduanera (PAMA): Es el conjunto de actos previstos en la Ley Aduanera, ligados en forma sucesiva, con la finalidad de determinar las contribuciones omitidas y en su caso, imponer las sanciones que correspondan en materia de comercio exterior, respetando al particular su derecho de audiencia al considerarse las probanzas y argumentaciones que pretendan justificar la legalidad de sus actos.

R

Recintos fiscales: Son aquellos lugares donde se encuentran las mercancías de comercio exterior controladas directamente por las autoridades aduaneras y en donde se da el manejo, almacenaje y custodia de dichas mercancías por las autoridades.

Reconocimiento aduanero: Procedimiento mediante el cual se realiza una revisión de documentos y mercancías para precisar la veracidad de lo declarado en el pedimento, con la finalidad de determinar la cantidad, características y la plena identificación de las mercancías.

Región fronteriza: Es el territorio que determine el Ejecutivo Federal, en cualquier parte del país, incluyendo la franja fronteriza.

Regla de origen: Es el criterio general o específico pactado expresamente en un tratado de libre comercio para definir cuándo un bien deberá considerarse como no originario y cuándo un bien podrá calificar como originario.

Reglamento: Conjunto de normas que rigen un determinado acto, conducta o actividad .

Reglamentaciones uniformes: Son las normas jurídicas que, a la fecha de entrada en vigor de los tratados, establecen y ejecutan las partes, mediante sus respectivas leyes y reglamentaciones, referentes a la aplicación, interpretación y administración de los asuntos que convengan a las partes.

Restricciones no arancelarias: Acto administrativo por medio del cual se imponen determinadas obligaciones o requisitos a la importación, exportación y circulación o tránsito de las mercancías, distintos a aquellos de carácter fiscal .

Resolución de determinación de origen: Significa una resolución de autoridad aduanera que establece si un bien califica como originario de conformidad con las reglas de origen.

Responsables solidarios : Serán los mandatarios, los agentes aduanales, el propietario o tenedor de las mercancías, del pago de impuestos al comercio exterior y de las demás contribuciones, así como de las cuotas compensatorias que se causen con motivo de la introducción de mercancías al territorio nacional o de su extracción del mismo.

S

SAAI Sistema Aduanero Automatizado Integral: Sistema necesario para el despacho de las mercancías, referido en el artículo 38 de la Ley Aduanera como sistema electrónico con grabación simultánea en medios magnéticos .

SHCP Secretaría de Hacienda y Crédito Público: Considerado como el órgano máximo para desarrollar diversas actividades en materia fiscal.

Sistema armonizado: Es un código de clasificación arancelaria de seis dígitos. Su nombre completo es Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías y sus notas interpretativas, que en México ha sido publicado bajo la forma de las Leyes del Impuesto General de Importación y Exportación.

T

Territorio aduanero: Territorio de un estado en el cual las disposiciones de su legislación aduanera son aplicables.

Tiendas libres de impuestos: Tiendas bajo control aduanero generalmente situadas en los puertos marítimos y aeropuertos, situadas donde los viajeros salen al extranjero pudiendo adquirir mercancías con exoneración de derechos de aduana y otros impuestos.

Tipo de divisas: Unidad monetaria utilizada en una transacción u operación de comercio.

Tráfico fronterizo: Los desplazamientos efectuados de una parte a otra de la frontera aduanera por personas residentes en una de las zonas fronterizas adyacentes.

Tráfico interno: Transporte de personas embarcadas o de mercancías cargadas en un lugar del territorio aduanero para ser desembarcadas o descargadas en otro lugar del mismo territorio aduanero.

Transacción en materia de infracción aduanera: Acuerdo por el cual las autoridades aduaneras, actuando dentro de los límites de su competencia, renuncian a perseguir una infracción aduanera, siempre y cuando las personas implicadas cumplan con ciertas condiciones.

Transbordo: Traslado de mercancías efectuado bajo control aduanero de una misma aduana, desde una unidad de transporte a otra, o a la misma en distinto viaje, incluida su descarga a tierra, con el objeto de que continúe hasta su lugar de destino.

Tránsito: Paso de mercancías extranjeras a través del país cuando éste forma parte de un trayecto total comenzado en el extranjero y que debe ser terminado fuera de sus fronteras. Igualmente se considera como tránsito de mercancías el envío de mercancías extranjeras al exterior que se hubieren descargado por error u otras causas calificadas en las zonas primarias o lugares habilitados, con la condición de que no hayan salido de dichos recintos y que su llegada al país y su posterior envío al exterior se efectúe por vía marítima o aérea.

Tránsito aduanero: Régimen aduanero bajo el cual las mercancías sujetas a control aduanero son transportadas de una aduana a otra.

Transporte internacional: El tráfico de naves o aeronaves, nacionales o extranjeras, de carga o de pasajeros hacia o desde el exterior.

Transporte interno: Transporte de personas embarcadas o de mercancías cargadas en un lugar situado dentro del territorio nacional para ser desembarcadas o descargadas en un lugar situado dentro del mismo territorio nacional.

U

Usuario: Persona natural o jurídica que haya convenido con la Sociedad Administradora el derecho a desarrollar actividades instalándose en la Zona Franca .

V

Valor en aduana: Es el valor de un bien para efectos de cobro de aranceles sobre un bien importado.

Valor reconstruido: Es la suma del costo o valor de los materiales y de la fabricación u otras operaciones efectuadas para producir las mercancías importadas, más la cantidad global por concepto de beneficios y gastos generales, más los gastos de transporte, seguros y otros en los que se incurra con motivo del transporte de las mercancías.

Valor de transacción: Significa el precio efectivamente pagado o por pagar por un bien o material relacionado con una transacción del productor de ese bien, ajustado conforme al Código de Valoración Aduanera o bien de la Ley Aduanera, sin considerar si el bien o material se vende para exportación.

Valor CIF: Cláusula de compraventa que incluye el valor de las mercancías en el país de origen, el flete y seguro hasta el punto de destino.

Valor declarado: Valor con fines aduaneros de las mercaderías contenidas en un envío que están sometidas a un mismo régimen aduanero y clasificadas en una misma posición arancelaria.

Valor FOB: Cláusula de compraventa que considera el valor de la mercancía puesta a bordo del vehículo en el país de procedencia, excluyendo seguro y flete.

Vehículo: Cualquier medio de transporte de carga o de personas.


Verificación previa: Revisión o inspección de mercadería antes de someterla a un régimen aduanero determinado.

Visita de recepción y control a bordo: Operaciones por las cuales la nave, aeronave u otro vehículo de transporte es visitado por el personal de la aduana, a su llegada o durante su permanencia en puertos, aeropuertos o terminales, con objeto de recibir y examinar los documentos del medio de transporte y proceder a su registro y vigilancia.

Vista de aduanas: Funcionario técnico aduanero encargado de aforar las mercaderías, ahora denominados verificadores.

Z

Zonas libres: Son determinadas regiones ubicadas fuera de los centros de distribución y abasto de insumos y bienes básicos nacionales, por lo cual se les exenta de



impuestos en la compra de mercancías de procedencia extranjera necesarias para la producción y el consumo. Actualmente en México ya no existen zonas libres. La firma del Tratado de Libre Comercio permite, sin embargo, el establecimiento de zonas fronterizas para aplicar políticas de tratamiento fiscal y comercial especiales.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA

TÍTULO: COMERCIO INTERNACIONAL I. MERCADOTECNIA INTERNACIONAL
IMPORTACIÓN EXPORTACIÓN

AUTOR: SALVADOR MERCADO H.

AÑO: 2010

EDITORIAL O REFERENCIA: LIMUSA

LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MEXICO 2012

ISBNO REGISTRO: 9789681866433

TÍTULO: COMERCIO Y MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

AUTOR: ALEJANDRO LERMA KIRCHNER

AÑO: 2008

EDITORIAL O REFERENCIA: CENGAGE, LEARNING

LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MEXICO 2010

ISBNO REGISTRO: 9706862900

TÍTULO: MANUAL DE EXPORTACIÓN

AUTOR: CARLOS MORALES TRONCOSO

AÑO: 2009

EDITORIAL O REFERENCIA: TAX EDRS UNIDOS

LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MEXICO

ISBNO REGISTRO: 970-716-485-9

COMPLEMENTARIA

TÍTULO: PLAN DE EXPORTACIÓN

AUTOR: CARLOS MORALES TRONCOSO

AÑO: 2001

EDITORIAL O REFERENCIA: PRENTICE HALL PERASON

LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MEXICO 2001

ISBNO REGISTRO: 970-17-0362-6

TÍTULO: EXPORTACIÓN EFECTIVA

AUTOR: ROSARIO ALEJANDRA SULSER VALDÉS

AÑO: 2009

EDITORIAL O REFERENCIA: EDC FISCALES ISEF

LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MEXICO 2009

ISBNO REGISTRO: 970-676-612-X