

Capítulo 5

Marco legal para el proceso de exportación

Darwin Ordoñez Iturralde

Resumen

La exportación de productos artesanales representa una oportunidad estratégica para que los artesanos de Coroneo, Guanajuato, accedan a mercados internacionales, siempre que comprendan el marco legal y los procesos del comercio exterior. Exportar implica no solo conocer la demanda global, sino también cumplir con normativas, aranceles, clasificaciones y procedimientos aduaneros que garantizan un comercio justo y transparente. Para decidir exportar, los artesanos deben analizar su mercado objetivo, capacidad productiva, costos y adaptación del producto. Asimismo, la promoción internacional requiere una propuesta de valor sólida, estrategias de marketing digital y comprensión de los Incoterms que definen responsabilidades en las transacciones. El proceso legal incluye el registro como exportador, permisos sanitarios y ambientales, certificados de origen y correcta clasificación arancelaria. Finalmente, los acuerdos internacionales y organismos como la OMC y la ONU facilitan el intercambio comercial mediante reglas claras que promueven la integración económica y reducen barreras para los productos artesanales mexicanos.

Palabras clave:
Acuerdos
Internacionales;
Exportación;
Marco legal;
Requisitos legales.

Ordoñez Iturralde, D. (2025). Marco legal para el proceso de exportación. En J. A. Velázquez Hernández, R. del C. Villanueva Cornejo y F. S. González Hernández. (Coords.). *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. (pp. 113-141). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.350.c769>



Objetivo

Proporcionar una comprensión general del marco legal y normativo que regula los procesos de exportación para asegurar que los productos artesanales de obrajería puedan acceder al mercado internacional cumpliendo con las normativas vigentes.

Introducción

Exportar productos artesanales es una oportunidad única para que los artesanos de Coroneo, Guanajuato, lleven el talento y la creatividad local al mundo. Pero más allá de la emoción de ver sus obras cruzar fronteras, para acceder a mercados internacionales, es indispensable conocer y respetar las reglas que hacen posible este intercambio de bienes en el mercado internacional. El éxito de una exportación no solo depende de la belleza y calidad de los productos, sino también de cumplir con las leyes que aseguran un comercio justo y transparente.

El proceso de exportación no se debe limitar a conocer la demanda de productos artesanales en el extranjero, sino también familiarizarse con el marco legal que regula la salida de mercancías de México hacia otros países y el ingreso de los productos al mercado meta. Este conocimiento abarca desde entender los términos de negociación, los tratados comerciales internacionales que facilitan el intercambio hasta la normativa aduanera, aranceles y certificaciones requeridas para que los productos lleguen de manera legal y competitiva al destino final.

En este módulo, se presentará una visión general y comprensiva de los aspectos fundamentales del proceso de exportación, con énfasis en el cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales, los procedimientos aduaneros y las buenas prácticas para proteger sus creaciones en el exterior. De esta manera, podrán asegurar que sus productos de obrajería no solo lleguen al mercado internacional, sino

que lo hagan de manera sostenible y cumpliendo con las normativas vigentes, garantizando así el éxito y la permanencia en el comercio exterior.

La meta es que los artesanos y productores locales puedan entender cómo enviar sus productos al extranjero con la tranquilidad de que están cumpliendo con todas las normativas necesarias. De este modo, podrán abrir nuevas oportunidades, aumentar su competitividad y asegurar que sus productos lleguen a las manos correctas de forma legal y sostenible.

Marco legal para el proceso de exportación

Generalidades del Comercio Exterior

Concepto y factores clave del comercio exterior

Definición. El comercio exterior se refiere al intercambio de bienes y servicios entre países, que permite a las naciones acceder a productos no disponibles localmente, diversificar su oferta y generar ingresos a través de exportaciones. Para la obrajería, el comercio exterior es una oportunidad de expandir mercados, mostrar las creaciones artesanales a nivel internacional y generar valor económico y cultural.

Es la actividad que registra o regula el intercambio comercial de un país con el resto del mundo. Debe tener un parámetro que permita una relación sana y provechosa. La actividad comercial de un país y sus precios (p) de intercambio de bienes, se ve afectada por los factores de la oferta (O) y demanda (D), cuando estos provocan distorsiones en los mercados se genera o crea la oportunidad de vender o comprar productos a los mercados extranjeros.

Distorsiones del mercado

$O = D$	$OA = DA$	p 		
$O > D$	$OA > DA$	$p \downarrow$	Superávit	X (Exportación)
$O < D$	$OA < DA$	$p \uparrow$	Déficit	M (Importación)

Principales factores que intervienen en el proceso de exportación. Los factores más relevantes en el proceso de exportación de productos artesanales incluyen:

- **Mercado:** identificar a qué mercados internacionales se dirigen los productos, evaluando la demanda de productos artesanales y las características de los consumidores.
- **Cliente:** definir el perfil del cliente internacional, sus preferencias culturales y de consumo, y cómo estas afectan la forma en que se ofertan los productos.
- **Logística:** la logística cubre todo el proceso físico de exportar, desde el empaque y transporte de los productos hasta la entrega en el mercado internacional, asegurando que se cumplan con las normativas de cada país.

Exportación vs. importación: diferencias y enfoque en la exportación artesanal

Diferencias conceptuales entre exportar e importar. La exportación y la importación son dos aspectos fundamentales del comercio internacional, pero tienen significados y procesos distintos:

- **Exportación:** implica la venta y el envío de bienes y servicios desde un país a otro. Para los artesanos de Coroneo, la exportación significa llevar sus productos a mercados internacionales. Este proceso incluye la búsqueda de clientes, la negociación de precios y la logística de envío.
- **Importación:** se refiere a la adquisición de bienes y servicios de otros países. Para las empresas de obrajería, esto puede

significar traer materiales o herramientas necesarias para la producción. La importación permite a los artesanos acceder a insumos que no están disponibles localmente, lo cual puede enriquecer su oferta de productos.

Ventajas y desafíos específicos de la exportación para los artesanos. La exportación presenta tanto oportunidades como desafíos para los artesanos. Algunos de ellos son:

Ventajas:

- Acceso a nuevos mercados: la exportación abre la puerta a un mercado global, lo que puede incrementar las ventas y la visibilidad de los productos artesanales.
- Diversificación del riesgo: al exportar, los artesanos pueden reducir su dependencia del mercado local, lo que les ayuda a estabilizar sus ingresos.
- Reconocimiento de calidad: la exportación puede validar la calidad y singularidad de las creaciones artesanales en el ámbito internacional, lo que puede elevar el prestigio de la marca.

Desafíos:

- Cumplimiento normativo: los artesanos deben estar al tanto de las regulaciones de exportación de su país y del país de destino, lo que puede ser un proceso complejo.
- Costos adicionales: la exportación puede implicar costos significativos, como tarifas de envío, seguros y gastos de aduanas, que deben ser considerados en el precio del producto.
- Barreras culturales y de idioma: las diferencias culturales y lingüísticas pueden complicar la negociación y la relación con los clientes internacionales.

La decisión de exportar

Factores a considerar antes de decidir exportar productos artesanales. Tomar la decisión de exportar no es un proceso que se deba tomar a la ligera. Los artesanos deben evaluar varios factores para determinar si esta estrategia es adecuada para sus productos y su negocio.

Algunos de los factores clave a considerar incluyen:

- **Investigación de mercado:** es fundamental realizar un análisis exhaustivo del mercado internacional. Esto implica conocer la demanda de productos similares, identificar tendencias de consumo y analizar la competencia en los mercados potenciales. Una comprensión profunda del entorno de mercado ayudará a determinar si hay un espacio para sus productos artesanales.
- **Recursos y capacidades:** antes de exportar, los artesanos deben evaluar si cuentan con los recursos necesarios, tanto materiales como humanos. Esto incluye la capacidad de producción para satisfacer la demanda internacional, así como el tiempo y el personal necesario para manejar el proceso de exportación.
- **Adaptación del producto:** los productos artesanales pueden necesitar modificaciones para adaptarse a las preferencias y normativas de los mercados extranjeros. Es importante considerar si es posible realizar esos ajustes sin comprometer la esencia y calidad del producto.

Evaluación de la capacidad productiva y del potencial de los productos para el mercado internacional. La decisión de exportar también requiere una evaluación realista de la capacidad productiva y del potencial de los productos:

- **Capacidad productiva:** los artesanos deben tener una idea clara de cuántos productos pueden producir y en qué plazo. La capacidad de producción debe ser suficiente para cumplir con la demanda de los clientes internacionales y para evitar demoras que puedan afectar la reputación de la marca.
- **Potencial de los productos:** es importante valorar si los productos tienen características que los hagan atractivos para el mercado internacional. Esto puede incluir la originalidad, la calidad, el diseño y la sostenibilidad de los productos. Artesanías que cuenten con una narrativa cultural única o que utilicen materiales ecológicos pueden tener mayor aceptación en el mercado internacional.

La decisión de exportar debe basarse en un análisis completo y realista de estos factores, para maximizar las oportunidades de éxito en el mercado global.

Exploración de mercados internacionales

Métodos para identificar y evaluar mercados potenciales. Explorar mercados internacionales es un paso fundamental para los artesanos que desean exportar sus productos.

Existen varios métodos que pueden ayudar en esta identificación y evaluación:

- **Análisis de mercado:** realizar estudios de mercado es esencial para comprender la demanda de productos artesanales en diferentes países. Estos estudios pueden incluir encuestas, entrevistas y análisis de datos de ventas. Herramientas como informes de mercado, estadísticas de comercio internacional y plataformas de investigación pueden proporcionar información valiosa sobre tendencias y oportunidades.
- **Ferias y exposiciones internacionales:** participar en ferias comerciales y exposiciones dedicadas a la artesanía y

productos hechos a mano permite a los artesanos conectar directamente con compradores, distribuidores y otros actores de la industria. Estas plataformas ofrecen una excelente oportunidad para presentar productos, obtener retroalimentación y establecer relaciones comerciales.

- **Redes y asociaciones:** colaborar con organizaciones y asociaciones comerciales que promuevan la exportación puede ser beneficioso. Estas entidades a menudo ofrecen recursos, capacitaciones y contactos en mercados internacionales, facilitando el acceso a información sobre oportunidades comerciales y requisitos legales.

Herramientas para localizar clientes internacionales interesados en artesanías. Una vez identificados los mercados potenciales, el siguiente paso es localizar clientes interesados en productos artesanales. Algunas herramientas y estrategias incluyen:

- **Plataformas de comercio electrónico:** utilizar plataformas de venta en línea, como Etsy, Amazon Handmade o MercadoLibre, puede ser una forma eficaz de llegar a clientes internacionales. Estas plataformas permiten a los artesanos exhibir sus productos y acceder a un público global, facilitando la venta directa.
- **Marketing digital y redes sociales:** aprovechar las redes sociales (como Instagram y Facebook) para promocionar productos y conectar con clientes potenciales es clave en la era digital. Crear contenido atractivo y mostrar el proceso de elaboración de las artesanías puede captar el interés de consumidores internacionales.
- **Contactos directos:** el uso de redes de contactos, como cámaras de comercio y asociaciones de artesanos, puede facilitar la identificación de clientes potenciales. Participar en eventos de networking y conferencias de comercio

internacional puede abrir puertas a nuevas relaciones comerciales.

Promoción y negociación de exportaciones

Estrategias clave para promover productos artesanales en el exterior. La promoción efectiva de productos artesanales es esencial para captar la atención de los clientes internacionales y asegurar ventas exitosas. Algunas estrategias clave incluyen: Desarrollo de una propuesta de valor única, campañas de marketing digital; y, Colaboraciones y asociaciones.

Para el desarrollo de una propuesta de valor única es necesario definir claramente lo que hace que los productos artesanales sean especiales. Esto puede incluir la calidad de los materiales, el proceso de producción artesanal, la historia detrás de cada pieza, y el impacto social o ambiental positivo. Una propuesta de valor bien articulada puede diferenciar a los artesanos en un mercado competitivo.

Las campañas de marketing digital, pueden ayudar a aumentar la visibilidad de los productos. Estas campañas deben estar dirigidas a los segmentos de mercado específicos identificados previamente. Las colaboraciones y asociaciones permiten formar alianzas con influencers, bloggers y otros artistas puede ampliar el alcance de las promociones. Estas colaboraciones pueden resultar en publicaciones, menciones y reseñas que incrementen la credibilidad y la exposición de los productos.

Introducción a los Incoterms y su importancia en las negociaciones de exportación. Los Incoterms (Términos Internacionales de Comercio) son un conjunto de normas que definen las responsabilidades y obligaciones de compradores y vendedores en las transacciones internacionales. Conocer estos términos es fundamental para las negociaciones de exportación:

Definición de Incoterms: los Incoterms establecen quién es responsable de los costos y riesgos asociados al transporte y la entrega de productos. Ejemplos comunes son: EXW (Ex Works), FOB (Free On Board) y CIF (Cost, Insurance and Freight).

Comprender los Incoterms permite a los artesanos negociar de manera más efectiva. Al definir claramente las responsabilidades, se pueden evitar malentendidos y conflictos con los compradores internacionales. Además, una elección adecuada de Incoterms puede influir en el costo final del producto y en la competitividad en el mercado.

- **EXW (Ex Works).** El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en su propio local o en otro lugar convenido (fábrica, almacén, etc.). El comprador asume todos los costos y riesgos desde ese punto en adelante.
- **FCA (Free Carrier).** El vendedor entrega la mercancía, despachada para la exportación, a un transportista designado por el comprador en un lugar acordado. Los riesgos se transfieren al comprador en este punto.
- **FAS (Free Alongside Ship).** El vendedor entrega la mercancía junto al buque en el puerto de carga convenido. El riesgo se transfiere al comprador en ese momento, y el vendedor asume los costos hasta ese punto.
- **FOB (Free On Board).** El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque en el puerto de carga convenido. El riesgo se transfiere al comprador una vez que la mercancía está a bordo del buque.
- **CFR (Cost and Freight).** El vendedor asume los costos y el flete para llevar la mercancía al puerto de destino, pero el riesgo se transfiere al comprador una vez que la mercancía está a bordo del buque.

- **CIF (Cost, Insurance and Freight).** Similar al CFR, pero el vendedor también debe contratar un seguro para cubrir los riesgos de pérdida o daño durante el transporte. El riesgo se transfiere al comprador al estar la mercancía a bordo del buque.
- **CPT (Carriage Paid To).** El vendedor paga el transporte hasta un destino acordado, pero el riesgo se transfiere al comprador tan pronto como la mercancía es entregada al transportista.
- **CIP (Carriage and Insurance Paid To).** Similar al CPT, pero el vendedor también debe asegurar la mercancía durante el transporte. El riesgo se transfiere al comprador al ser entregada al transportista.
- **DAP (Delivered at Place).** El vendedor entrega la mercancía en el lugar convenido en el país del comprador, asumiendo todos los costos y riesgos hasta ese punto. El comprador se encarga del despacho aduanero y del pago de los aranceles.
- **DPU (Delivered at Place Unloaded).** El vendedor entrega la mercancía en el lugar convenido y se encarga de descargarla. Los costos y riesgos son asumidos por el vendedor hasta que la mercancía esté descargada.
- **DDP (Delivered Duty Paid).** El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta que la mercancía se entrega en el lugar convenido en el país del comprador, incluyendo el pago de aranceles e impuestos. El comprador no incurre en ningún costo adicional.

Determinación del precio de exportación considerando costos y competencia. Es necesario establecer un precio adecuado para los productos artesanales para su inserción exitosa en el mercado internacional. Al hacerlo, los artesanos deben tener en cuenta varios factores:

- **Costos de producción y exportación:** es fundamental calcular todos los costos asociados a la producción del producto, incluidos materiales, mano de obra, y costos logísticos. Además, se deben considerar gastos como aranceles, seguros y otros costos de exportación.
- **Análisis de la competencia:** investigar los precios de productos similares en el mercado internacional ayudará a determinar un rango de precios competitivo. Sin embargo, es importante no solo fijar el precio en función de la competencia, sino también en relación a la calidad y el valor del producto.
- **Valor percibido por el cliente:** el precio también debe reflejar el valor percibido por el cliente. Si los productos ofrecen características únicas y de alta calidad, los artesanos pueden justificar un precio más alto. La comunicación efectiva del valor y la calidad puede ayudar a establecer precios que sean competitivos y, al mismo tiempo, rentables.

Actividad 1. *Presentación y ajuste del producto para exportación*

Objetivo: aplicar los conceptos aprendidos sobre promoción, negociación y aspectos legales del proceso de exportación para presentar un producto artesanal adaptado a un mercado internacional.

- **Descripción:** seleccione un producto artesanal que desee exportar y prepare una presentación que incluya:
- **Descripción del producto:** detallar las características del producto artesanal, incluyendo materiales, diseño y proceso de fabricación.
- **Análisis del mercado:** identificar el mercado objetivo y las necesidades específicas de los clientes internacionales.

- **Ajustes para la exportación:** explique cómo han ajustado su producto (diseño, empaque, precios) para cumplir con los estándares y preferencias del mercado internacional.
- **Uso de Incoterms:** seleccione y justifique el Incoterm que utilizarían en la negociación y cómo afecta esto a la presentación de su producto.

Requisitos legales para la exportación

El Sistema Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE) ofrece información detallada para exportadores e importadores en México. A través de esta plataforma, los usuarios pueden acceder a requisitos específicos de exportación, como el registro ante autoridades, clasificación arancelaria y obtener permisos sanitarios y ecológicos. También incluye herramientas para evaluar mercados internacionales, normativas vigentes y guías para cumplir con las regulaciones aplicables.

Registro como exportador ante las autoridades

Para poder exportar productos de manera formal, las empresas o artesanos se registren como exportadores ante las autoridades competentes en el país. Este proceso generalmente involucra los siguientes pasos:

- **Registro ante entidades gubernamentales:** en muchos países, los exportadores deben inscribirse en entidades como el Ministerio de Comercio, Aduanas, o cámaras de comercio. Este registro otorga al exportador un número o licencia que le permite operar dentro de los mercados internacionales. En el caso de México se puede hacer en el siguiente enlace: [registro Exportadores e Importadores México](#)

- **Beneficios del registro:** estar registrado facilita el acceso a beneficios como asesorías, apoyo gubernamental para la internacionalización, reducción de aranceles en ciertos tratados de libre comercio, y participación en ferias comerciales internacionales.
- **Documentos necesarios:** dependiendo del país, se puede requerir presentar documentos que impliquen la revisión y confirmación de todos los requisitos y documentos necesarios, como la fracción arancelaria y las regulaciones aplicables. Los documentos básicos incluyen certificados, facturas comerciales, listas de empaque, entre otros. En el caso de México, se enlista de acuerdo al SNICE, lo siguiente:
- Registro Federal de Contribuyentes (RFC).
- Padrón de exportadores sectorial.
- Factura Comercial.
- Encargo conferido y carta de instrucciones al agente aduanal.
- Lista de Empaque.
- Certificado de Origen.
- Documento de transporte.
- Documentos que avalen el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias.

Trámites y permisos necesarios

Dependiendo del tipo de producto que se exporte, es esencial contar con una serie de permisos específicos que garantizan que los bienes cumplen con las normativas del país importador y del país exportador:

- **Permisos sanitarios:** si los productos a exportar están relacionados con alimentos, productos textiles o materiales que puedan afectar la salud pública, es probable que se necesiten permisos sanitarios. Estos certificados garantizan que los productos no representen riesgos para la salud de los consumidores.
- **Permisos ecológicos y ambientales:** en especial para productos artesanales que utilizan recursos naturales, se puede requerir demostrar que los procesos de producción y materiales cumplen con normativas ambientales. Esto es importante para acceder a mercados que demandan productos sostenibles y responsables, como la Unión Europea.
- **Certificados de origen:** en algunos países, el exportador debe tramitar un certificado de origen, que autentica que el producto ha sido fabricado en el país de origen declarado, permitiendo acceder a tratados comerciales o preferencias arancelarias.

Nomenclatura y clasificación arancelaria

Los países dependen de insumos, productos y semiproductos para satisfacer sus necesidades. Al ingresar mercancías, los gobiernos imponen derechos arancelarios, que varían según la política económica del país. Estos derechos se aplican conforme al Arancel de Aduanas, que contiene una nomenclatura internacional de mercancías. La Nomenclatura es la clasificación y codificación de mercancías para establecer los derechos aduaneros. La clasificación arancelaria es la identificación de mercancías según reglas internacionales para asignar correctamente su código aduanero, basado en normas locales y globales.

La clasificación arancelaria por tanto es el proceso mediante el cual se asigna a un producto un código específico dentro del Sistema Armonizado (SA), que es utilizado internacionalmente para identificar productos en aduanas y calcular los impuestos o aranceles correspondientes. Este código de clasificación tiene una gran relevancia para los exportadores, ya que:

- **Determinación de aranceles:** el código arancelario de un producto es fundamental para determinar cuánto se pagará en impuestos o tarifas cuando los bienes crucen fronteras internacionales. Elegir el código correcto puede evitar sobrecostos y sanciones.
- **Facilita el cumplimiento normativo:** la clasificación adecuada asegura que el producto cumpla con las normativas específicas del mercado de destino, como las relacionadas con sanidad, protección al consumidor o normativas técnicas.
- **Beneficios en tratados comerciales:** los tratados de libre comercio (TLC) y acuerdos comerciales entre países pueden ofrecer reducciones arancelarias o incluso la exención de impuestos para ciertos productos. Utilizar el código arancelario correcto puede permitir que el exportador se beneficie de estas ventajas.

Es recomendable consultar con un agente aduanal o experto en comercio exterior para garantizar una correcta clasificación y, de este modo, evitar problemas o costos adicionales en la exportación.

Tributos aplicados al Comercio Exterior

Derechos arancelarios y no arancelarios

Los derechos arancelarios son gravámenes que se aplican a las mercancías al entrar o salir de un país, y varían según la política comercial del gobierno. Los aranceles por su naturaleza en el

comercio exterior suelen de ser: Arancel de Exportación, Arancel de Importación y Arancel de tránsito. A su vez estos se clasifican en:

- Ad Valorem, basados en un porcentaje sobre el valor en aduana (el valor en aduana lo determina la legislación de cada país, por lo general coincide con el término CIF ajustado de acuerdo a los procesos de intercambio internacional. Es decir, el Valor de transacción, más el flete internacional y el seguro internacional de mercancías.
- Específicos, aplicados por unidad de medida, se lo calcula como una cuantía monetaria por dicha unidad; y,
- Mixto, combinando ambos, que menor carga tributaria genere al proceso de nacionalización.

Para el caso de las exportaciones, cada país suele establecer políticas de fomento a las exportaciones, desgravando parcial o totalmente estos aranceles. Para el caso de la legislación mexicana, los derechos arancelarios pueden sub dividirse como: arancel-cupo, aplicando diferentes tasas según la cantidad o valor; y arancel estacional, con tasas cambiantes a lo largo del año. En relación a los derechos no arancelarios, incluyen medidas regulatorias que no implican un impuesto directo, pero afectan la importación/exportación, como cuotas, licencias, normas sanitarias, ecológicas y técnicas. Estas medidas pueden limitar el volumen de mercancías permitidas, imponer estándares de calidad, o exigir certificaciones específicas para el comercio internacional. Además, algunas regulaciones no arancelarias buscan proteger la salud pública, el medio ambiente o la seguridad nacional.

Los derechos no arancelarios incluyen medidas como permisos, etiquetados, o normas sanitarias, enfocadas en controlar tanto la cantidad como la calidad de los productos importados o exportados. Estas regulaciones pueden ser cuantitativas, limitando la cantidad permitida, o cualitativas, que se aplican a las características del producto, como etiquetado o empaques. Este tipo de barreras no

arancelarias pueden ser más difíciles de identificar, ya que suelen depender de normativas específicas según el tipo de producto, país de origen o destino, y otras variables como el nivel de protección ambiental o derechos laborales que exigen algunos mercados internacionales. Por ello, es necesario que los exportadores artesanales comprendan y cumplan con estos requisitos para facilitar el acceso a mercados extranjeros, asegurando el cumplimiento tanto en términos fiscales como normativos.

Adicional a los aranceles y el cumplimiento de normas no arancelarias, debe recordar que tiene que cumplirse como parte de los tributos aplicados al comercio exterior con el pago de impuestos (impuesto al valor agregado, impuesto a los consumos especiales, entre otros), tasas por servicios prestados por aduana y contribuciones especiales que se impongan en cada país. Por lo que es prioritario que se conozcan estos valores con el fin de generar el precio final de acuerdo al incoterm pactado entre las partes.

Contrato de Compra – Venta Internacional

El contrato de compra-venta internacional es un acuerdo legal entre un comprador y un vendedor que implica la transferencia de bienes de un país a otro. Este tipo de contrato debe abordar ciertos aspectos clave:

1. Partes involucradas: identificación del comprador y vendedor.
2. Descripción de la mercancía: especificaciones técnicas y calidad.
3. Condiciones de entrega: uso de Incoterms para definir responsabilidades de transporte.
4. Precio y condiciones de pago: divisa, métodos de pago y plazos.
5. Documentación: facturas, certificados, permisos.

6. Solución de controversias: legislación aplicable y métodos de arbitraje.

Este contrato permite asegurar que ambas partes conozcan sus derechos y obligaciones, minimizando riesgos y promoviendo una transacción eficiente en el comercio internacional.

Despacho Aduanero

El despacho aduanero es el procedimiento mediante el cual las mercancías son autorizadas para ingresar o salir de un país. Este proceso implica una serie de trámites y la presentación de documentos a las autoridades aduaneras, como la factura comercial, el conocimiento de embarque y el certificado de origen. Además, se deben cumplir con las barreras arancelarias y no arancelarias aplicables, así como pagar los impuestos correspondientes.

Durante el despacho, se realizan inspecciones físicas o documentales para verificar la correcta clasificación arancelaria y el cumplimiento de normas sanitarias, de seguridad, o de etiquetado. El objetivo es garantizar que las mercancías cumplan con todos los requisitos legales y fiscales antes de ser liberadas para el tránsito internacional o nacional.

Los pasos del proceso de despacho aduanero suelen incluir:

1. **Presentación de la declaración aduanera:** El exportador o importador debe presentar los documentos que respalden la mercancía y declarar la clasificación arancelaria.
2. **Pago de derechos e impuestos:** Los derechos arancelarios y no arancelarios deben ser liquidados antes de la liberación de las mercancías.
3. **Inspección aduanera:** Si las autoridades aduaneras lo consideran necesario, la mercancía puede ser sujeta a inspección física o documental.

4. Liberación de mercancías: Una vez cumplidos todos los trámites y pagados los derechos, las mercancías son liberadas para su exportación o importación.

Actividad 2. *Búsqueda de información legal para exportar*

Objetivo: familiarizar a los emprendedores con la normativa legal aplicable al comercio exterior, específicamente en exportaciones, y desarrollar su capacidad para identificar y cumplir con los requisitos legales.

Revisar los requisitos legales para exportar (registro de exportador, permisos sanitarios, clasificaciones arancelarias). Trabaje sobre la información desarrollada en la Actividad 1 sobre la exportación de un producto artesanal específico, abordando todos los trámites necesarios.

Cada emprendedor presentará sobre el producto que deseen exportar la información acerca de: Trámites, permisos y clasificación arancelaria correspondientes, y elaborar un esquema detallado de los pasos a seguir para cumplir con la normativa legal aplicable a su producto.

Acuerdos internacionales e integración económica

Los acuerdos internacionales e integración económica son mecanismos que facilitan la cooperación económica entre países mediante el establecimiento de reglas claras para el comercio y la inversión. Estos acuerdos buscan reducir barreras arancelarias, eliminar restricciones y crear un entorno predecible para los negocios.

La integración económica se refiere a los acuerdos políticos y económicos que favorecen a los países miembros. Se puede estudiar a través de tres enfoques:

1. Integración global: mediante la Organización Mundial del Comercio (OMC).
2. Integración bilateral: donde dos países establecen relaciones de cooperación, como la reducción de aranceles.
3. Integración regional: en la que países cercanos geográficamente cooperan, como en la Unión Europea.

Estos acuerdos influyen en las estrategias de las Redes de Empresas Multinacionales (REM), determinando el tamaño del mercado regional y las reglas de operación para las empresas. Aunque se piensa que las REM operan globalmente, la mayoría genera sus ingresos principalmente en sus regiones de origen.

Integración global

La Organización de Naciones Unidas (ONU). La ONU se estableció en 1945 en respuesta a la devastación de la segunda guerra mundial para promover la paz y la seguridad internacionales y ayudar a resolver problemas globales en áreas totalmente diversas. Esta incluye organismos como: la organización mundial de comercio, el fondo monetario internacional y el banco mundial.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) es un organismo de la ONU, creado en 1964, promueve el desarrollo sostenible y el comercio justo, brindando apoyo técnico a los países en desarrollo. Su misión es ayudar a estos países a integrarse en la economía mundial de manera equitativa y sostenible. La UNCTAD trabaja en áreas como el comercio internacional, la inversión extranjera, la globalización, el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza mediante asistencia técnica y estudios analíticos ayudando a mediar y coordinar políticas globales sobre comercio y economía internacional, asegurando que los acuerdos comerciales consideren el desarrollo económico inclusivo y equitativo.

La Organización Mundial de Comercio (OMC). La OMC, que surgió en 1995 como sucesora del GATT, se basa en principios de comercio sin discriminación. Su misión abarca comercio de servicios, inversiones y propiedad intelectual, y actualmente cuenta con 150 miembros. Las decisiones se toman por consenso en instancias como la Conferencia Ministerial y el Consejo General.

Los gobiernos colaboran para eliminar barreras comerciales. La OMC se centra en las reglas del comercio mundial. Facilita negociaciones de acuerdos comerciales, supervisa su implementación y actúa como foro para la resolución de disputas entre los países miembros. A través de sus marcos jurídicos, busca garantizar que el comercio fluya de manera más libre y predecible, promoviendo un comercio internacional basado en reglas claras, que ayudan a reducir barreras arancelarias y no arancelarias.

Conexión entre OMC y la ONU. La ONU y la OMC desempeñan roles complementarios en los acuerdos internacionales y la integración comercial. Mientras la OMC supervisa los acuerdos que rigen el comercio internacional, la ONU trabaja en un contexto más amplio de desarrollo global y cohesión social. Ambas instituciones buscan garantizar que el comercio no solo sea eficiente, sino que también promueva el desarrollo sostenible y la equidad global.

Integración Bilateral

Los acuerdos bilaterales pueden involucrar a dos países o a uno con varios en un tratado de libre comercio. Estos tratados buscan facilitar el comercio entre los países involucrados. Son Acuerdos de Alcance Parcial (AAP) donde se establecen concesiones recíprocas sobre algunas partidas específicas. Por ejemplo: Asuntos Bilaterales México-Estados Unidos, México-Canadá, el AAP.R. No. 38 suscrito entre México y Paraguay.

Integración económica regional

Conocida como Tratado Regional de Comercio (TRC), la integración económica regional reúne a países cercanos que buscan aumentar el tamaño de su mercado. Se manifiesta principalmente en:

1. **Tratado de Libre Comercio (TLC).** En estos acuerdos prima la eliminación de aranceles entre miembros, por ejemplo, el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). El T-MEC es un acuerdo comercial que reemplazó al TLCAN en 2020. Busca modernizar las reglas de comercio en la región de América del Norte, abordando áreas como el comercio digital, la propiedad intelectual, el medio ambiente y los derechos laborales. El T-MEC fortalece las cadenas de suministro, promueve la inversión extranjera y protege a las empresas mediante disposiciones más actualizadas para enfrentar los desafíos económicos actuales. También incluye mecanismos de resolución de disputas y establece reglas más estrictas para el sector automotriz.
2. **Unión Aduanera.** Es un acuerdo entre varios países que elimina los aranceles y restricciones comerciales entre ellos, creando una zona de libre comercio, mientras impone un arancel externo común a productos de países no miembros. Esto significa que los miembros aplican los mismos aranceles a productos que ingresan desde fuera de la unión. Esto fomenta el comercio intra-regional y simplifica el proceso aduanero entre los países miembros, creando un mercado más integrado. Un ejemplo sería la Unión Aduanera de África del Sur (SACU), que incluye a países como Sudáfrica, Botswana, Lesoto, Namibia y Suazilandia.
3. **Mercado común.** Es un acuerdo entre países para eliminar barreras comerciales y establecer un espacio donde se permite la libre circulación de bienes, servicios, capital y trabajo (personas). Esto implica no solo la eliminación

de aranceles, sino también la armonización de políticas económicas y comerciales. Por ejemplo, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) es un bloque regional que incluye a Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, y facilita el comercio entre sus miembros al eliminar aranceles y promover políticas económicas conjuntas.

Puede revisar con mayor detalle los diferentes acuerdos comerciales que tiene México en el siguiente enlace: [Acuerdos Comerciales de México](#)

Efectos de la Integración

La integración económica regional genera efectos estáticos y dinámicos. Los efectos estáticos implican el desplazamiento de recursos hacia empresas más eficientes, mientras que los efectos dinámicos se relacionan con el crecimiento del mercado. La integración puede resultar en economías de escala y mayor competencia, impulsando la eficiencia entre las empresas.

Beneficios

- Mayor competitividad. Al integrar economías, se fortalece el acceso a mercados más grandes.
- Inversión extranjera directa (IED). Se incrementan las oportunidades de inversión.
- Diversificación económica. Países pueden acceder a productos y servicios que no producen localmente.

Desafíos

- Desigualdad. Pueden exacerbar diferencias entre países más y menos desarrollados.
- Dependencia externa. Riesgo de concentrar economías en sectores específicos de exportación.

Actividad 3. *Reflexionando sobre la integración comercial y los acuerdos internacionales*

Objetivo. El objetivo de esta actividad es fomentar la reflexión y el análisis crítico sobre los acuerdos internacionales y la integración comercial, así como sus efectos en el desarrollo económico y social de los países involucrados.

Reflexiona acerca de las siguientes preguntas.

1. ¿Cuáles son los principales beneficios que los países pueden obtener al formar parte de un mercado común como el T-MEC?
2. ¿Cómo influye la eliminación de aranceles en el comercio entre los países miembros de un acuerdo de integración?
3. ¿Qué retos enfrentan las naciones al intentar armonizar sus políticas económicas y comerciales en un acuerdo de integración?
4. ¿Cuál es el impacto de los acuerdos de integración en el desarrollo económico de México?
5. ¿Cómo afecta a la competitividad de las empresas locales estos acuerdos de integración?

Referencias

- Araque, W. (2020). *Comercio exterior en las MIPyME*. Corporación Editora Nacional & Universidad Andina Simón Bolívar.
- Cabello, M., & Cabello, J. (2014). *Las aduanas y el comercio internacional*. ESIC.
- Casadejús, J. M. (2023). *Manual de gestión financiera del comercio internacional: normativa, documentación, medios de pago*. Marge Books.
- Casanova, A., & Zuaznábar, I. (2018). *El comercio internacional: teorías y políticas*. UMET Universidad Metropolitana.
- Coll, P. (2020). *Manual de gestión aduanera: Normativas y procedimientos clave del comercio internacional*. Marge Books.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). *Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe, 2022. El desafío de dinamizar las exportaciones manufactureras* (LC/PUB.2022/23-P).
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). *Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe, 2023. Cambios estructurales y tendencias en el comercio mundial y regional: retos y oportunidades* (LC/PUB.2023/16-P/Rev.1). CEPAL.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2014). *Negocios internacionales*. Pearson Education.
- Durán, J., & Alvarez, M. (2011, octubre). *Manual de comercio exterior y política comercial. Nociones básicas, clasificaciones e indicadores de posición y dinamismo*. CEPAL. <https://tinyurl.com/muyjj2rz>
- Llamazares García-Lomas, O. (2019). *Guía práctica de los Incoterms 2020*. Global Marketing.
- Ordóñez-Iturralde, D. (2012). El comercio exterior del Ecuador: Análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 173.
- Ordóñez-Iturralde, D. (2014). *Pymes ecuatorianas: Comercio exterior y fortalecimiento de mercados internacionales* [Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil].
- Ordóñez-Iturralde, D., & Hinojosa-Dazza, S. (2014). La política exterior del Ecuador en el marco del Plan Nacional del Buen Vivir. *Retos*, 4(8), 143-155.

- Sainz de Vicuña, J. (2015). *Plan de internacionalización de la PYME en la práctica*. ESIC.
- Secretaría de Economía. (2023, 6 de octubre). Comercio exterior, países con tratados y acuerdos firmados con México. <https://tinyurl.com/3d6uk8pn>
- Soler, D. (2021). *Guía práctica de las reglas Incoterms 2020: Derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional*. Marge Books.
- Valenzuela, E., Muñoz, M., & Torres, P. (2021). *Comercio internacional: Temas relevantes y definiciones*. RIL editores.

Legal Framework for the Export Process

Marco legal para o processo de exportação

Darwin Ordoñez Iturralde

Universidad Laica Vicente Rocafuerte | Guayaquil | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-2175-4488>

dordonezy@ulvr.edu.ec

dordonezy@ulvr.edu.ec

Ingeniero Comercial con formación superior en economía ecuatoriana e internacional. Posee una maestría en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, y es Doctor en Educación por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Realizó estudios de posdoctorado en “América Latina y su Inserción en el Orden Global” en la Universidad Andina Simón Bolívar, y en Investigación Científica en la Universidad Bicentenario de Aragua, Venezuela. Ha sido reconocido como Doctor Honoris Causa y con la Orden al Mérito Educativo y Cultural Magnus Docentis por la Organización Internacional para la Inclusión y Calidad Educativa (Lima, Perú), que también le otorgó el Galardón a la Excelencia Educativa – Edición Cusco 2020, y en 2023 recibió el Premio Internacional EDUCA Latinoamérica en Investigación Científica, otorgado por la Cámara Peruana de Desarrollo y Educación. Cuenta con más de 20 años de experiencia docente, y ha impartido cátedra en áreas como negocios internacionales, ingeniería financiera, análisis financiero, comercio exterior, moneda y banca, entre otras. Es autor y coautor de libros, capítulos de libros y artículos científicos, y ha sido ponente invitado en congresos internacionales realizados en Argentina, México, Panamá, Colombia, Cuba, Chile, Perú, Brasil y Estados Unidos.

Abstract

Exporting handcrafted products represents a strategic opportunity for artisans in Coroneo, Guanajuato, to access international markets, provided they understand the legal framework and processes of foreign trade. Exporting involves not only understanding global demand but also complying with regulations, tariffs, classifications, and customs procedures that guarantee fair and transparent trade. To decide to export, artisans must analyze their target market, production capacity, costs, and product adaptability. International promotion also requires a solid value proposition, digital marketing strategies, and an understanding of Incoterms, which define responsibilities in transactions. The legal process includes registering as an exporter, obtaining sanitary and environmental permits, certificates of origin, and correct tariff classification. Finally, international agreements and organizations such as the OMC and the ONU facilitate trade through clear rules that promote economic integration and reduce barriers for Mexican handcrafted products.

Keywords: International Agreements; Export; Legal Framework; Legal Requirements.

Resumo

A exportação de produtos artesanais representa uma oportunidade estratégica para que artesãos de Coroneo, Guanajuato, acessem mercados internacionais, desde que compreendam o marco legal e os processos do comércio exterior. Exportar implica não apenas conhecer a demanda global, mas também cumprir normas, tarifas, classificações e procedimentos aduaneiros que garantem um comércio justo e transparente. Para decidir exportar, os artesãos devem analisar seu mercado-alvo, capacidade produtiva, custos e adaptação do produto. Da mesma forma, a promoção internacional requer uma proposta de valor sólida, estratégias

de marketing digital e compreensão dos Incoterms, que definem responsabilidades nas transações. O processo legal inclui o registro como exportador, licenças sanitárias e ambientais, certificados de origem e correta classificação tarifária. Finalmente, acordos internacionais e organismos como a OMC e a ONU facilitam o intercâmbio comercial por meio de regras claras que promovem a integração econômica e reduzem barreiras para os produtos artesanais mexicanos.

Palavras-chave: Acordos Internacionais; Exportação; Marco Legal; Requisitos Legais.