



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE  
MEXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN

Japón: Un mercado alternativo para diversificar la  
exportación de mango deshidratado a Asia.

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
Licenciada en Relaciones Internacionales

PRESENTA  
María Guadalupe Díaz Rodríguez

Asesor: Mtro. Manuel Martínez Justo

**Marzo 2007**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## *Agradecimientos y Dedicatorias*

*A Dios por darme la vida, por permitirme estar aquí y ahora y ser quien soy.*

*A Él por ponerme en el camino de estas dos personas maravillosas a quienes Amo,*

*Respeto y Admiro:*

### *ANATOLIO E IRENE*

*Mis padres quienes me dieron la vida e hicieron de mi la persona que soy hoy, porque con su amor, comprensión, apoyo y ejemplo me han enseñado el valor que tiene la vida.*

*A ti Papá que siempre me has guiado con el ejemplo y me has enseñado a luchar y alcanzar mis metas, porque me mostraste el camino correcto y siempre has estado ahí para apoyarme y amarme, a ti que siempre te has preocupado por llenarme de conocimiento y me has brindado tu confianza y por ser un amigo incondicional,  
TE AMO...*

*A ti Mamá por tu amor y preocupación infinitos, por el apoyo y comprensión que siempre me brindas, por estar junto a mí en todo momento y motivarme a llegar a la cima, por ser amiga, madre y ejemplo, por infundirme ánimo y contagiarme de alegría y amor, TE AMO...*

*A ambos por permitirme formar parte de sus vidas y guiarme en este camino, por enseñarme cada día los valores más profundos del ser y por estar hoy conmigo.*

*A ustedes tres, seres hermosos con quienes he compartido toda mi vida, EDGAR, ARI y OSCAR, mis hermanos, por estar conmigo y quererme, por apoyarme y brindarme tiempo, confianza, respeto y amor, porque hemos sido cómplices y compañeros, porque*

*me han enseñado cada uno a ver la vida desde otra perspectiva, por permitirme entrar en sus mundos y mostrarme lo maravillosos que son, porque la vida no sería lo mismo sin ustedes, LOS AMO...*

*A mi familia: abuelos, tíos, primos, quienes siempre han estado ahí para apoyarme y brindarme su amor.*

*A todas las personas que han formado parte de mi vida en algún momento, que han sabido ser amigos y compañeros, que me han brindado su amistad, cariño y apoyo, a aquellos que han estado junto a mí motivándome a seguir adelante, si tu y tu y tu...*

*A los profesores del seminario por compartir sus conocimientos y tiempo con nosotros, por apoyarnos y ayudarnos a alcanzar esta meta, en especial a Claudia por ser el timón de este proyecto y guiarnos en la culminación del mismo.*

*A mi asesor Mtro. Manuel Martínez Justo por su tiempo, apoyo y consejos.*

*A la Universidad Nacional Autónoma de México y muy especialmente a la FES Acatlán por brindarme la oportunidad de tener una formación profesional de excelencia y por darme el conocimiento y experiencia necesarios para mi crecimiento así como por su esfuerzo constante en mi preparación y superación, "...como no te voy a querer..."*

**PARA TODOS USTEDES**

**GRACIAS**

## Índice

	Pág.
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I EL COMERCIO INTERNACIONAL</b>	
1.1. El comercio internacional de productos agropecuarios .....	6
1.2. El mango en el mercado mundial .....	12
1.2.1. Principales exportadores e importadores de mango .....	15
1.3. Comercialización del mango en México .....	18
<b>CAPÍTULO II EL MANGO</b>	
2.1. Descripción del producto .....	19
2.1.1. Cultivo .....	21
2.1.2. Conservación .....	23
2.1.3. Vida Productiva de la planta .....	23
2.1.4. Plagas y enfermedades .....	24
2.1.2. Variedades y presentaciones .....	25
2.2. Principales zonas productivas en México .....	27
2.3. Producción del mango deshidratado .....	28
2.3.1. Proceso de deshidratación .....	29
2.4. Envase, empaque, embalaje .....	30
2.5. Fracción arancelaria .....	32
<b>CAPÍTULO III IDENTIFICACION DEL MERCADO META: JAPÓN</b>	
3.1. Características del mercado japonés de productos agropecuarios .....	37
3.2. El mercado de mango en Japón .....	40
3.3. Canales de distribución .....	41
3.4. Normatividad y reglamentación en Japón .....	45
3.4.1. El Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón .....	45
3.4.2. Leyes japonesas relacionadas con la importación .....	47
a) Ley de Protección de Plantas (Cuarentena Vegetal) .....	48
b) Ley de Sanidad de Alimentos .....	49

c) Otras Leyes y Reglamentos relacionadas con la importación de alimentos .....	50
3.4.3. El proceso de importación en Japón .....	51
3.4.3.1. Trámites de importación en Japón .....	52
3.4.3.2. El despacho aduanero .....	54
3.4.3.3. Procedimiento de importación de alimentos .....	55
3.4.4. Requisitos de transportación, empaque y embalaje .....	59
3.4.4.1 Marcado y etiquetado .....	59
3.4.4.2. Transportación .....	61

## **CAPÍTULO IV MARCO LEGAL Y FINANCIAMIENTO A LA EXPORTACIÓN**

4.1. Normatividad y reglamentación mexicanas .....	63
4.1.1. Fuentes del Comercio Exterior Mexicano .....	64
4.1.2. Proceso de Exportación en México .....	66
4.2 Modalidades de pago y financiamiento internacionales .....	69
4.2.1. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA)..	72
4.2.2. Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) .....	73
4.2.2.1. Servicios de financiamiento .....	73
4.2.2.2. Servicios de promoción .....	80
4.2.2.3. Crediexporta .....	82
4.2.3. Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) ....	86
4.2.4. NAFIN .....	88
4.2.5. Tasas de Interés Nacionales e Internacionales .....	89
Conclusiones .....	96
Fuentes .....	102

## Introducción

En el actual contexto de globalización en que nos hallamos inmersos; impulsados fundamentalmente por el desarrollo de las comunicaciones y la modernización de los medios de transporte, las fronteras entre los países parecerían no presentar límites.

Actualmente casi todos los países tienen en mayor o menor medida sus fronteras económicas abiertas; la información llega de manera fácil y oportuna a casi cualquier parte del mundo; al tener el sencillo acceso a la información, cualquier empresa tiene la posibilidad de conocer en que país le conviene invertir o donde vender sus productos, esto es un aliciente para exportarlos.

Como sabemos México es un país fundamentalmente agrícola y la presencia de productos mexicanos en los mercados internacionales ha estado creciendo de manera constante en los últimos años, principalmente el segmento de frutas exóticas, específicamente el mango que poco a poco se han integrado con éxito en la dieta de los consumidores en todo el mundo.

El mango significa para México su tercer producto agrícola más importante de exportación después del banano y la naranja. El consumo nacional demanda el 90% de la producción mexicana con las variedades Manila, manillilla, oro y ataulfo; exportando solamente el 10%.

Nuestro país se ubica en el tercer lugar mundial en producción de mango, solo detrás de India y Tailandia, pero es el primer exportador del orbe debido a que esos dos países producen fruta solo para consumo nacional.

La región del Pacífico Asiático, específicamente Japón, puede ser una opción viable para diversificar de la exportación de mango ya que como sabemos es la zona de mayor crecimiento del mundo en los últimos años, es el único ejemplo mundial contundente de salida del subdesarrollo de este siglo, es por esto que resulta de gran relevancia dentro del contexto internacional y como internacionalista el acercamiento a la misma que debido a su dimensión

económica y geográfica se ha destacado por su participación en el mercado mundial, por su alto desarrollo económico, por su activo intercambio comercial intraregional, por sus elevadas tasas de ahorro, por el creciente poder adquisitivo de sus ciudadanos y por contar con una avanzada infraestructura.

Dentro de esta región Japón se ha consolidado como uno de los ejes integradores de los procesos productivos y como el líder indiscutible de la zona, con su liderazgo tecnológico y capacidad financiera entre muchos otros factores, han logrado que los “tigres asiáticos” se convirtieran en potencias emergentes, de ahí la importancia de analizar a este país como un mercado alternativo para diversificar la exportación de mango mexicano; además de que es la segunda economía más importante del mundo, uno de los consumidores con más alto poder adquisitivo y un importador neto debido a su limitado espacio geográfico y alto costo de mano de obra lo que lo hace altamente atractivo para la canalización de nuestras exportaciones.

Como internacionalistas nuestra formación apunta hacia dos vertientes, por un lado la formación político-diplomática y por el otro el análisis de la economía internacional, siendo esta última una de las opciones profesionales que tenemos y que ha tenido un gran auge en los últimos años nos encontramos con que un gran número de egresados hemos optado por dirigir nuestro desarrollo profesional hacia el ámbito comercial de ahí la importancia de analizar uno de los aspectos de esta vertiente como lo es la exportación y la diversificación de los mercados de productos agropecuarios mexicanos específicamente el mango.

El mundo ha experimentado profundas transformaciones a finales del siglo XX, avanza hacia la globalización económica, entendiéndose está como una nueva fase de la internacionalización del capital dirigida por el capital financiero y las empresas globales, caracterizada por la unificación de los mercados financieros internacionales y nacionales en un circuito único de movilidad del capital, el comienzo de la integración multinacional de las grandes corporaciones transnacionales de diferente base nacional, la



constitución de bloques regionales y el comienzo de la coordinación permanente de las políticas económicas de las grandes potencias capitalistas.

En este contexto la mayoría de los países están inmersos en los procesos de integración económica que se están desarrollando debido a la conveniencia de aprovechar los factores que pueden favorecer un intercambio comercial mas intenso con base en la cercanía geográfica. La integración se entiende como el proceso a través del cual dos o más países con sus respectivos mercados nacionales independientes se unen para formar un solo mercado de mayores dimensiones y mas adecuado; lo que teóricamente debe significar ventajas para los miembros.

México no es ajeno a este proceso de globalización e integración, su posición geográfica privilegiada le permite establecer relaciones comerciales con los tres principales bloques hegemónicos: Norteamérica, Europa y Pacífico Asiático.

De ahí que el principal objetivo del presente trabajo se analizar si Japón es un mercado alternativo para diversificar la exportación de mango deshidratado a Asia. Para esto los hemos dividido en cuatro capítulos en los que pretendemos analizar los siguientes puntos:

En el primer capítulo se analizará el comercio internacional en general para aterrizar en el comercio internacional de productos agropecuarios y como ha ido evolucionando con el tiempo, veremos específicamente el papel del mango en el mercado mundial, identificando los principales importadores y exportadores; así como su comercialización en México.

En el capítulo dos se analizará el producto a exportar, sus características, el cultivo, cuidados, las variedades y presentaciones, las principales zonas productivas, la producción del mango deshidratado específicamente y el proceso de deshidratación, así mismo desarrollaremos una análisis del tipo de envase, empaque y embalaje utilizados en este tipo de producto y finalmente describiremos la fracción arancelaria del mango, dato de

importancia relevante para la exportación del mismo; pretendiendo dar a conocer al lector información necesaria sobre el producto exportable que le permitirá tener una mejor planeación de .

En el capítulo tres comenzamos describiendo datos generales de Japón, como geografía, gobierno, cultura, política, etc. con el objetivo de que el lector conozca un poco el país al cual desea exportar, se analizarán, además, las características del mercado japonés de productos agropecuarios en general así como las del mercado del mango en Japón y sus canales de distribución. Haremos también un análisis la normatividad y reglamentación japonesas y el proceso y trámites de importación en el mercado meta, describiendo los pasos a seguir para importar nuestro producto a Japón, las Leyes y normas que debemos tener en cuenta para realizar este tipo de operaciones, los pasos del despacho aduanero en este país; analizaremos también el procedimiento de importación de alimentos, que en Japón tiene muchas particularidades que son de gran importancia para el éxito de nuestra operación. Finalmente se analizarán los requisitos de empaque, embalaje y transportación en este país.

En el capítulo cuatro analizaremos el marco legal mexicano, las leyes mexicanas que es necesario considerar para la exportación de productos agropecuarios, así como los trámites y pasos aduanales que se deben seguir en nuestro país. Describiremos las diferentes modalidades de pago y financiamiento a la exportación de las que podemos hacer uso, se hará una breve reseña de las diferentes instituciones de apoyo en este aspecto y de los servicios que nos prestan como exportadores, con la intención de que existan un panorama general de todas ellas y se tenga el mayor numero de opciones posibles.

## **CAPÍTULO I. EL COMERCIO INTERNACIONAL**

El comercio internacional es un factor de desarrollo económico, social y cultural, el cual está impulsado por estrategias diseñadas por los principales actores económicos que dominan el escenario mundial. No existe una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del apoyo de los demás países, aún las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

Entre los siglos XVI y XVII, con la consolidación de los estados nacionales, surge una corriente de pensamiento que plantea anteponer los intereses del Estado a los del individuo, para lo que deben promoverse las exportaciones y restringirse las importaciones, logrando así, un superávit en la balanza comercial, la diferencia debía ser compensada por un flujo de metales preciosos, principalmente el oro, esta teoría llamada mercantilismo consideraba a la riqueza como producto de la actividad comercial.

Más tarde entre los siglos XVIII y XIX se desarrolla la teoría clásica del liberalismo, cuyos principales expositores Adam Smith y David Ricardo, se contraponían a los mercantilistas, sosteniendo que la fuente de la riqueza es la producción y no el comercio. Plantearon la teoría de las ventajas absolutas y las ventajas comparativas; la primera plantea la especialización de los países en aquel producto donde es más eficiente para después intercambiarlo con otros países sin restricciones, es decir, especializarse en aquel bien en el que sean capaces de producir el mismo número aplicando menor cantidad de trabajo; la segunda, plantea que un país, aún teniendo ventaja absoluta sobre otro, debe especializarse en la producción y exportación de aquel producto donde su ventaja relativa sea mayor; es decir en donde sea capaz de producir el bien a un precio menor que el otro país.

En nuestros días las teorías que han ganado mayor aceptación son las basadas en el libre comercio y las ventajas comparativas.

La globalización económica se ha convertido en el paradigma de finales del siglo XX y principios del XXI, donde los mayores beneficios de cada país podrán ser capitalizados por las grandes corporaciones que tienen su sede en ellos. Se entiende como “una nueva fase de la internacionalización del capital dirigida por el capital financiero y las empresas transnacionales globales, caracterizada por la unificación de los mercados financieros internacionales y nacionales en un circuito único de movilidad del capital, el comienzo de la integración multinacional de las grandes corporaciones transnacionales de diferente base nacional, la constitución de bloques comerciales y regionales y el comienzo de la coordinación permanente de las políticas económicas de las grandes potencias capitalistas.”<sup>1</sup>

### **1.1. El comercio internacional de productos agropecuarios**

El comercio internacional de productos alimenticios y agrícolas ofrece a los países en desarrollo considerables oportunidades de exportación ya que la agricultura es la base de sus economías.

Dentro del entorno del comienzo de la globalización, a finales de los años ochenta dio inicio una fase agroalimentaria que ha transformado de manera considerable el dominio en materia de alimentos de los países desarrollados sobre los menos avanzados; esta fase se caracteriza por tres procesos:

- ❖ “La utilización de los alimentos como mecanismo de competencia por la hegemonía económica de los países desarrollados;
- ❖ La sobreproducción alimentaria como elemento de control de los precios internacionales;
- ❖ El dominio de las empresas agroalimentarias transnacionales.”<sup>2</sup>

A mediados de los años setenta se dio un impulso a la producción alimentaria de los países desarrollados a un nivel sin precedente en la historia

---

<sup>1</sup> Rubio, Blanca, “La fase agroalimentaria global y su repercusión en el campo mexicano, Comercio Exterior, Bancomext, Noviembre, 2004, No. II, Vol. 54, México, p. 948.

<sup>2</sup> Ibid. p. 949.

mundial debido principalmente a la pérdida de hegemonía económica de Estados Unidos y al incremento de los precios internacionales de los alimentos; así los alimentos básicos se convirtieron en los productos de vanguardia en escala mundial y en la punta de lanza en la competencia por la hegemonía alimentaria y económica por parte de las grandes potencias.

Estados Unidos pretendía imponer su hegemonía alimentaria otorgando subsidios a sus productores para generar un excedente de exportación que deprimiera los precios y presionando a los países para que abrieran sus fronteras a la importación de alimentos. Los subsidios generaron un incremento de producción en los países desarrollados, lo que llevó a una sobreproducción mundial y esto generó la caída de los precios.

Por otro lado, también presionaba para que los países abrieran sus fronteras. En las rondas de negociación comercial como la de Uruguay esta nación presionó a la Unión Europea para que redujera los subsidios a la exportación y abriera las fronteras a sus productos y exigió a Japón que disminuyera los aranceles a la importación de alimentos.

Esta lucha de los países desarrollados por la hegemonía ha traído como consecuencia enormes beneficios para las corporaciones transnacionales del sector alimentario.

En los últimos años son varios los factores que han influido en la evolución del comercio internacional de alimentos:

- ❖ La liberalización del comercio y la menor intervención de las autoridades nacionales de los países en desarrollo;
- ❖ El constante apoyo a la agricultura nacional en los países desarrollados;
- ❖ Las variaciones de la composición de la demanda debidas al cambio de los gustos, a la preocupación por la salubridad, la calidad de los alimentos y el aumento de los ingresos;
- ❖ Las variaciones de la estructura del sector alimentario.

El crecimiento de la producción y las exportaciones agrícolas de los países en desarrollo puede atribuirse en parte a las políticas de promoción de la oferta, entre ellas la desregulación.

En los países desarrollados, las ayudas a la producción y las exportaciones agrícolas han compensado con creces la desventaja competitiva debida al mayor costo de la mano de obra por lo que han mantenido su cuota de exportaciones mundiales de alimentos.

La confianza en la calidad de los alimentos se ha visto quebrantada por diversas alarmas e inquietudes acerca de su salubridad. En muchos países desarrollados existen importantes divergencias entre la demanda y la oferta nacional. Esto pudiera dar a los productores de los países en desarrollo la posibilidad de conquistar o ampliar una importante cuota de mercado en los países desarrollados.

En las cadenas de productos básicos el denominador común ha sido una mayor integración del comercio y la producción internacional a causa de la penetración de grandes empresas transnacionales de producción y distribución”<sup>3</sup>

“Para los pensadores neoliberales detrás del libre mercado existen factores determinantes de la crisis del Tercer Mundo: excesiva intervención del estado en la economía, gran proteccionismo económico y la rigidez de la reglamentación para la inversión extranjera directa”.<sup>4</sup> La agricultura mexicana se enfrenta, en este contexto, a los cambios que mueven y caracterizan a la economía, orientándose al pensamiento neoliberal y el libre juego de mercado.

“A partir de la crisis de la deuda de 1982, nuestro gobierno intento estabilizar la economía tomando medidas de política macroeconómica teniendo

---

<sup>3</sup> “Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo”, Naciones Unidas, Junta de Comercio y Desarrollo, TD/B/COM.1/EM.15/2, Reunión Ginebra, 16 al 18 de julio de 2001, Tema 3 del programa provisional, p. 7

<sup>4</sup> Fernández Ortiz, Luis M. y Tarrío García María, “El Contexto de apertura de la agricultura mexicana: de la Ronda de Uruguay al Tratado de Libre Comercio”, Economía, Teoría y Práctica, Nueva Época, 1995, no. 5, p. 1.

resultados poco satisfactorios, lo que lo llevo a poner en marcha un programa de liberación comercial que inicio en 1985, basado en el crecimiento de las importaciones cuyos efectos empezaron a darse a partir de 1990.”<sup>5</sup>

Es así que el agro enfrentó nuevos desafíos: la homologación de precios con el exterior y la desprotección arancelaria<sup>6</sup>; la agricultura mexicana estaba sometida a la apertura comercial, la entrada al Sistema General sobre aranceles y comercio (GATT) y el Tratado Trilateral de Libre Comercio con América del Norte (TLC).

El GATT surge en la posguerra por iniciativa de Estados Unidos y Europa para controlar las operaciones del comercio mundial. México se suscribió y consiguió un trato especial para su agricultura y recursos naturales.

Los problemas del comercio de productos agropecuarios fueron negociados por los acuerdos internacionales de trigo y en las negociaciones multilaterales del GATT, principalmente en la ronda Tokio y en la ronda Uruguay.<sup>7</sup>

En 1973, en la Ronda Tokio se modifico muy poco el carácter de las exportaciones de los países subdesarrollados y se les relego a la producción de materias primas, estos no pudieron anular ciertas barreras no arancelarias.

El debate de la Ronda de Uruguay acerca de liberar el comercio agrícola de manera rápida y general se centra en torno de la propuesta presentada por Estados Unidos que giraba en torno a reducir las barreras no arancelarias a la importación y transformarlas en aranceles con el fin de

---

<sup>5</sup> Ibid. p. 2

<sup>6</sup> La apertura del mercado nacional de granos se dio frente a un mercado sumamente protegido; en 1989 los aranceles aplicados a los productos agropecuarios importados por México descendieron de manera progresiva, op. cit.

<sup>7</sup> Foros en los que ha prevalecido el interés económico de los países desarrollados y los problemas de los subdesarrollados se han quedado en el plano secundario., op. cit.

reducirlas en un periodo de diez años, eliminar los subsidios a la exportación en un plazo de cinco años y disminuir al máximo los apoyos a la producción.<sup>8</sup>

Uno de los mayores éxitos de esta Ronda es el Acuerdo sobre Agricultura (ASA), cuyo objetivo consiste en “establecer un sistema de comercio agropecuario equitativo orientado al mercado, mediante la negociación de compromisos sobre la ayuda y la protección a través del establecimiento de normas y disciplinas del GATT.”<sup>9</sup>

En el ASA se establecieron derechos y obligaciones para los países miembros en las áreas de Acceso a Mercados, Apoyos Internos y Subsidios a la Exportación.

Uno de los compromisos fundamentales de la Ronda Uruguay en su acta final fue la de sentar una Organización Multilateral de Comercio que proveyera la infraestructura administrativa para la adecuada aplicación internacional de los logros de la Ronda, en 1994 se firma el acta final y así nace la OMC, actualmente tiene 148 países miembros incluyendo la adhesión de China.<sup>10</sup>

La ronda Doha inició en noviembre de 2001 teniendo como objetivos la reducción substancial en los subsidios, reducciones de todas las formas de subsidios a la exportación, mejoras en el acceso a mercados para la agricultura, trato especial y diferenciado para países en desarrollo, entre otros, pero en 2003 la reunión en Cancún fracasó debido a que la UE y EEUU presentaron una propuesta conjunta de modalidades para la negociación agropecuaria incluyendo diversos elementos que favorecían el mantenimiento de las medidas de política de dichos países.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Estados Unidos, paralelamente a su posición de liberar el mercado agroalimentario, lanzó una nueva Ley de Comercio de carácter proteccionista aprobada en 1988; la cual trata de reducir la intervención gubernamental para hacer los precios de los productos estadounidenses más competitivos internacionalmente y otorgar al gobierno poderes plenos para subsidiar las exportaciones.

<sup>9</sup> Moreno Valdez, Hadar; Moreno Castellanos, Jorge y Trejo Vargas, Pedro; “Comercio Exterior sin Barreras”, 3ra edición, Ediciones Fiscales ISEF, México, 2003, pp. 187

<sup>10</sup> <http://www.nuevamayoria.com/ES/ANALISIS/instituciones/051227.html>, 11, Septiembre, 2006.

<sup>11</sup> [http://www.cna.org.mx/Presdeinteres/OMC\\_CNA05.pdf](http://www.cna.org.mx/Presdeinteres/OMC_CNA05.pdf), 30, Septiembre, 2006.



Después del fracaso de esta ronda en diciembre de 2005 se celebró en Hong Kong la VI cumbre ministerial de la OMC para tratar de salvar la ronda Doha, los compromisos de Hong Kong consisten en suprimir los subsidios a las exportaciones agrícolas para 2013, incluye un limitado acuerdo en agricultura, algunas medidas para ayudar a los países en desarrollo y mínimos avances en la liberalización de servicios y bienes manufacturados e industriales, pero lo importante de este acuerdo es que ha permitido desbloquear las negociaciones, dar un nuevo impulso a la Ronda del Desarrollo y consolidar a la OMC.<sup>12</sup>

Durante las dos últimas décadas, el sector agropecuario mexicano ha experimentado una crisis estructural que anuló las aportaciones positivas del sector hacia el resto de la economía nacional, así como enormes transformaciones que han permitido el surgimiento de nuevos esquemas de reorganización tecnológica y empresarial en el agro.

Las políticas agrícolas mexicanas antes del GATT y del TLCAN estuvieron sujetas al modelo de desarrollo de industrialización sustitutiva instaurado a partir de los años 1945-1950, modelos que alentaron un gran sesgo urbano del crecimiento y desarrollo a costa de la competitividad y los ingresos de productores agrícolas. La fase sustitutiva tenía como objetivo incrementar la producción de alimentos e insumos agropecuarios baratos para promover la industrialización. Existía una fuerte protección ante las mercancías agropecuarias externas así como subsidios a la producción, comercialización y transformación. Este modelo se agotó a mediados de los sesenta dando origen a la disminución de las tierras temporaleras dedicadas a la producción de granos básicos y el surgimiento de déficit en la oferta agrícola que puso en entredicho la autosuficiencia alimentaria y obligó a nuestro país a importar alimentos.

Al comenzar el decenio 1980 se iniciaron una serie de reformas regulatorias y estructurales; el objetivo primordial de la política económica fue la transformación acelerada de una economía cerrada y orientada al mercado

---

<sup>12</sup> [http://www.cna.org.mx/Presdeinteres/OMC\\_CNA05.pdf](http://www.cna.org.mx/Presdeinteres/OMC_CNA05.pdf), 30, Septiembre, 2006.

interno a otra muy abierta y más integrada a la economía internacional. En materia agropecuaria las transformaciones arrancaron con la adhesión de México al GATT en 1986. Con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en 1994 y de los acuerdos de la Ronda Uruguay del GATT en 1995 las reformas estructurales agrícolas se intensificaron: las empresas públicas de transformación y comercialización de productos agrícolas fueron privatizadas o liquidadas; los subsidios a la producción fueron eliminados y sustituidos por pagos directos a los productores y se liberalizó el comercio exterior de casi todos los bienes agrícolas. La falta de apoyos financieros, comerciales y técnicos, así como el acelerado proceso de apertura comercial, exponen a la mayoría de productores rurales a una competencia muy desventajosa frente a sus competidores internacionales, situación que amenaza dar al estancamiento del sector un carácter irreversible ante la imposibilidad de sostenerse en el mercado.

## **1.2. El mango en el mercado mundial**

El mango es un producto que juega un importante papel económico y social para diversas naciones, fundamentalmente países en desarrollo. Es el tercer fruto, en cuanto a su producción e importación (después del plátano y la piña) y el quinto de todos los frutos que se comercializan a nivel mundial.<sup>13</sup>

En todo el mundo se dedican 50.22 millones de hectáreas al cultivo de frutas. De éstas 3.46 millones de hectáreas son de mango; es decir se destina a su producción el 6.89% de la superficie total frutícola.<sup>14</sup> En el año 2000, la superficie dedicada al cultivo de mango fue de 3 millones de hectáreas en el mundo, con una producción de 25 millones de toneladas.<sup>15</sup>

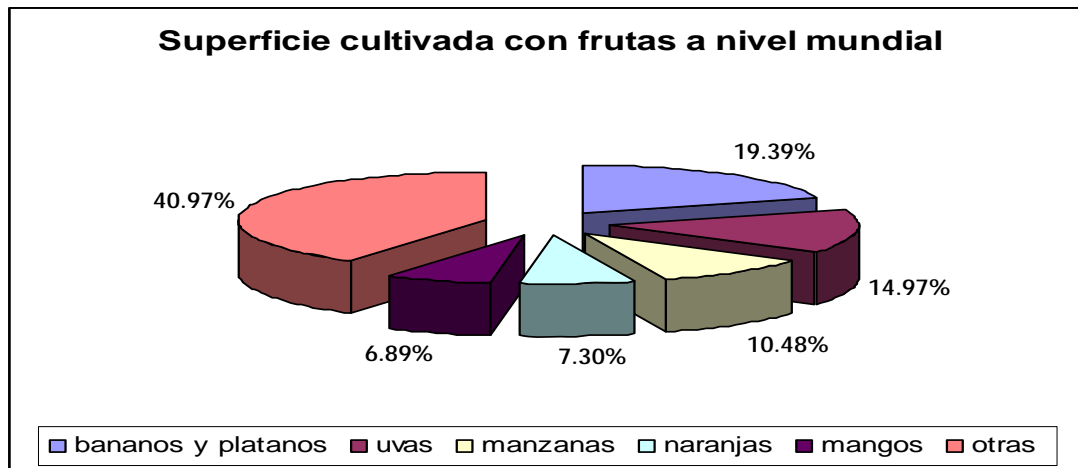
---

<sup>13</sup> Para México es además, una muy importante fuente de empleo, ingreso y generación de divisas.

<sup>14</sup> [www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf) , 29, Septiembre, 2006

<sup>15</sup> Exportación del mango en <http://www.monografias.com/trabajos35/exportacion-mango/exportacion-mango.shtml>, 19, Septiembre, 2006

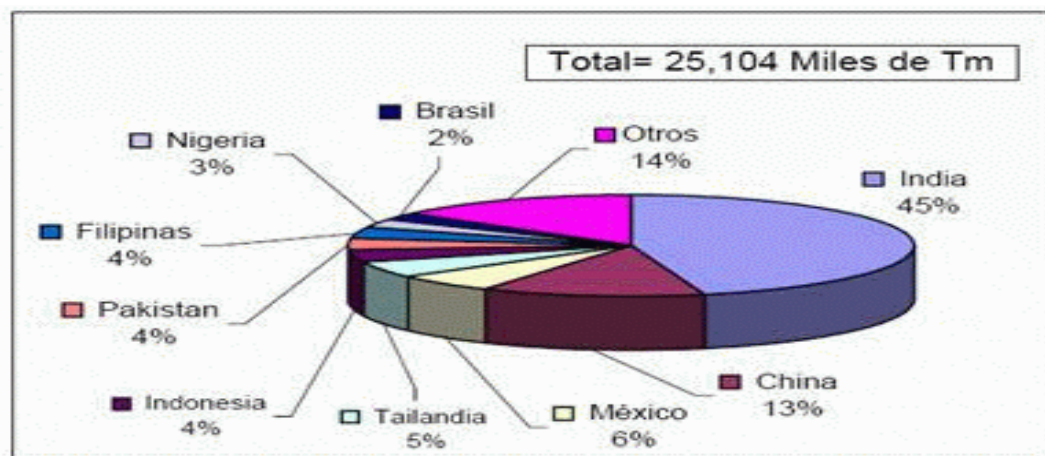
Gráfica 1



Fuente: FAOSTAT en [www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf); 29, Septiembre, 2006

India sigue siendo el mayor productor del mundo con una participación de 11.5 millones de toneladas (45.8%) de la producción total, sin embargo su producción relativa ha ido en decadencia. Le sigue en importancia China con una producción de 3.2 millones de toneladas con un 12.8%; el tercer lugar lo ocupa México con una producción de 1.5 millones de toneladas. Otros países como Tailandia, Indonesia, Pakistán, Filipinas, Nigeria y Brasil, le siguen los pasos; todos juntos explican el 85% de la producción mundial.<sup>16</sup>

**Gráfica 2**  
**Producción Mundial de mango – Año 2000**



Fuente: FAO en <http://www.monografias.com/trabajos35/exportacion-mango/exportacion-mango.shtml>, 19, Septiembre, 2006

<sup>16</sup> Roman, Francisco Limcaoco, "Barriers to agricultural exports and high-value product. Problems and opportunities for the Philippine mango industry", Ann Arbor, Michigan, University of microfilm International, 1990, pag. 243.

El aumento en producción del mango en áreas no productoras tradicionales ha sido notable en Asia, África del oeste, Australia, Sudamérica y México. Las variedades más sobresalientes en el comercio internacional de este fruto son la Keitt y Tommy Atkins.

Como podemos observar en el cuadro siguiente en cuanto a la producción a nivel continental, Asia concentró los mayores volúmenes en 2002 (77 %).

**Cuadro 1**  
**Producción mundial de mango**

		<b>Año</b>	
<b>Mangos Producción (Mt)</b>		<b>2002</b>	<b>%</b>
<b>Mundo</b>		<b>25,760,848</b>	<b>100</b>
<b>África</b>		<b>2,298,771</b>	<b>8.92</b>
<b>Ámerica del Norte y Central</b>		<b>2,431,547</b>	<b>9.44</b>
<b>Ámerica del Sur</b>		<b>1,121,257</b>	<b>4.35</b>
<b>Asia</b>		<b>19,875,711</b>	<b>77.15</b>
<b>Oceanía</b>		<b>33,562</b>	<b>0.13</b>

Fuente: FAOSTAT en [www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf) , 29, Septiembre, 2006.

De acuerdo a los reportes de la FAO, durante el periodo 1993-2003, la superficie de mango se ha incrementado en un 38.8%, un comportamiento muy superior al que se observa en la superficie global destinada a la fruticultura cuyo promedio de crecimiento fue del 13%. Con respecto a la producción mundial se pasó de 19,365 miles de toneladas métricas en 1993 a 25,563 miles de toneladas métricas en el año 2003, es decir, se logró un incremento del 32%. La mayor superficie a nivel mundial dedicada a este cultivo se ubica en Asia (78%).<sup>17</sup>

<sup>17</sup> [www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf) , 29, Septiembre, 2006.

**Cuadro 2**  
**Mango, superficie cultivada por Continente**

<i>Mangos Año</i> <i>Superficie cultivada (Ha)</i>	<i>Año</i>	
	<i>2002</i>	<i>%</i>
<i>Mundo</i>	<i>3,213,676</i>	<i>100.00</i>
<i>África</i>	<i>326,090</i>	<i>10.15</i>
<i>América Norte y Central</i>	<i>254,025</i>	<i>7.90</i>
<i>América del Sur</i>	<i>116,556</i>	<i>3.63</i>
<i>Asia</i>	<i>2,510,378</i>	<i>78.12</i>
<i>Oceanía</i>	<i>6,627</i>	<i>0.21</i>

Fuente: FAOSTAT en [www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf) , 29, Septiembre, 2006

Específicamente el mango deshidratado, como otros subproductos del mango han ganado popularidad en el mercado mundial. Ocupa el segundo lugar en exportación entre los productos procesados de mango. En 1999; Filipinas exporó un total de 788.6 toneladas métricas con un valor de US\$4.5 millones. En los últimos 5 años el volumen de exportación del mango deshidratado se ha ido incrementando constantemente con un promedio de crecimiento de 7%.<sup>18</sup>

El mayor comprador de mango deshidratado filipino fue Hong Kong absorbiendo 58% del total cuantificado. Seguido por USA con 17%, Canada con 6%, Alemania y Singapur con 5% y 4.3% respectivamente.<sup>19</sup>

### **1.2.1. Principales exportadores e importadores de mango**

El mango se exporta como fruta fresca (98%), pulpa (1%) y jugo (1%). Las exportaciones de esta se han cuadruplicado del año 1992 al 2002 pasando de 156,938 toneladas a 611,000 toneladas. Para el año 2002 el volumen exportado significó un valor de US\$ 381 millones. Los principales exportadores

<sup>18</sup> Mango Industry Situationer Report en <http://www.da.gov.ph/agribiz/mango1.html>, 6, Agosto, 2006.

<sup>19</sup> Mango Industry Situationer Report en <http://www.da.gov.ph/agribiz/mango1.html>, 6, Agosto, 2006.

son: México, Brasil y Pakistán que conjuntamente responden por el 52.7% del volumen exportado. Otros exportadores importantes son: Filipinas, India, Holanda, Ecuador, Perú, Guatemala, Sudáfrica y Bélgica.<sup>20</sup>

A nivel mundial se exportan alrededor de 651 mil toneladas, los que más contribuyen son México, Brasil, Pakistán, la India, Filipinas, Perú, los países bajos y Ecuador. Los montos de esta actividad, para cada nación, durante los años 2001 y 2002, son los siguientes:

**Cuadro 3**  
**Exportación de mango por país**

<i>Exportaciones en toneladas</i>		
<i>País</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>
<i>México</i>	<i>194,540</i>	<i>194,591</i>
<i>Brasil</i>	<i>94,291</i>	<i>103,598</i>
<i>Pakistán</i>	<i>52,465</i>	<i>47,561</i>
<i>India</i>	<i>46,232</i>	<i>41,577</i>
<i>Filipinas</i>	<i>38,523</i>	<i>36,206</i>
<i>Perú</i>	<i>26,543</i>	<i>35,306</i>
<i>Países Bajos</i>	<i>42,543</i>	<i>33,020</i>
<i>Ecuador</i>	<i>33,958</i>	<i>30,365</i>

Fuente: FAO, FAOSTAT en [www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf), 29, Septiembre, 2006

Si analizamos el cuadro vemos que en los años 2001 y 2002 México ha sido el principal exportador de mango; en el 2002 como oferente de la demanda internacional, colocó en el mercado mundial 195 mil toneladas con valor de 134 millones de dólares, siendo sus destinos principales los Estados Unidos y Japón.<sup>21</sup>

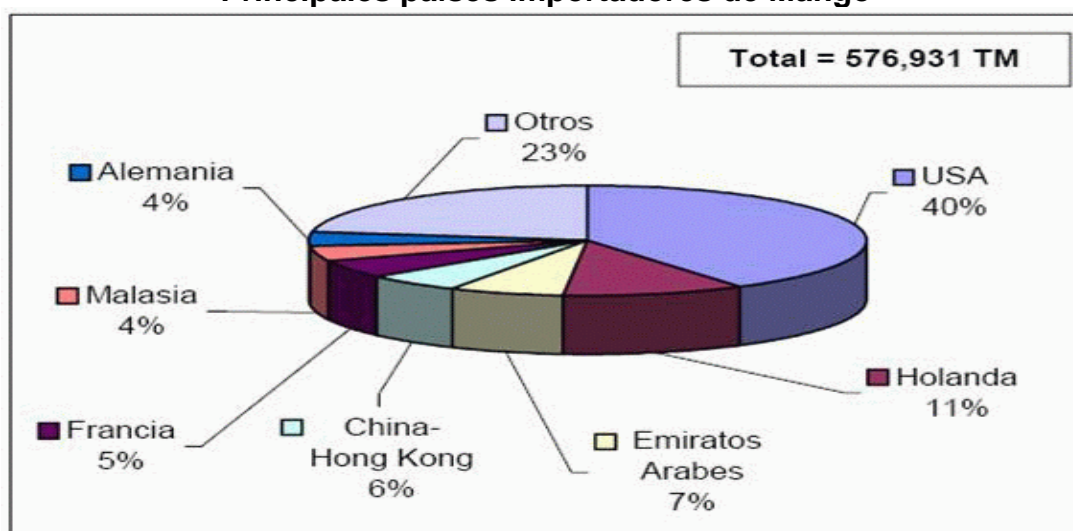
Por su parte, las importaciones de mango en el año 2003 fueron de 576,000 toneladas (datos de la FAO).

<sup>20</sup> Exportación del mango, en <http://www.monografias.com/trabajos35/exportacion-mango/exportacion-mango.shtml>, 19, Septiembre, 2006.

<sup>21</sup> [www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf), 29, Septiembre, 2006

En los últimos 20 años el consumo de frutas frescas se ha incrementado, especialmente en el Hemisferio Norte, entre ellas el mango. La tasa de crecimiento anual ha sido de 17%. Estados Unidos es el principal importador con 285,000 toneladas que representa el 40.75% de las compras mundiales; Holanda con 61,856 toneladas participa con el 10.72%. Otros importadores importantes son: Emiratos Árabes (6.6%), China-Hong Kong (5.61%), Francia (5.3%), Malasia (4.41%), Alemania (4.04%), Reino Unido (3.82%), Bélgica (2.79%) y Singapur (2.62%).<sup>22</sup>

**Gráfica 3**  
**Principales países importadores de Mango**



Fuente: FAO en <http://www.monografias.com/trabajos35/exportacion-mango/exportacion-mango.shtml>, 19, Septiembre, 2006

Estos 10 países son responsables de la compra del 87% del mango comercializado en el mundo.

En lo que se refiere al mango procesado, los principales importadores son los países árabes, Europa Occidental y Hong Kong.

Japón se abastece principalmente de Filipinas (de marzo a julio) y por México (de mayo a septiembre), es en los meses de octubre a febrero en que este mercado se encuentra poco atendido.

<sup>22</sup> Exportación del mango, <http://www.monografias.com/trabajos35/exportacion-mango/exportacion-mango.shtml>, 19, Septiembre, 2006.

### 1.3. Comercialización del mango en México

Actualmente, dentro de las 53 especies frutícolas que se cultivan en nuestro país, el mango ocupa el tercer lugar en superficie cosechada con el 16.5% del total nacional (detrás de la naranja y el plátano) y primer lugar durante los dos últimos años en lo que a productos frutícolas de exportación se refiere (apenas detrás del plátano). Las principales zonas productoras de mango se ubican en las regiones costeras, de tal forma que se considera que el 94% de la superficie cultivada se localiza en los estados de Veracruz, Sinaloa, Oaxaca, Nayarit, Michoacán, Guerrero, Chiapas, Jalisco, Colima y Campeche.

La producción nacional de esta fruta en los últimos 10 años ha oscilado alrededor de 1.5 millones de toneladas, producidas en una superficie de 170 mil hectáreas localizadas principalmente en los estados del pacífico desde Sinaloa hasta Chiapas y Veracruz en el Golfo de México. El valor de la producción en el año 2002 fue de 3,590 millones de pesos.<sup>23</sup>

La producción nacional de mango es aproximadamente de 1 052 000 toneladas anuales en promedio de las que se exportan 200 mil toneladas principalmente a EUA (84%), Canadá (5.5%) y el resto a Europa, Japón y Australia.

---

<sup>23</sup> Zarazúa A. y Ponce, P, Situación y perspectivas del mango en México, el caso de los productos convenientes, en [www.chapingo.mx](http://www.chapingo.mx), 20, Septiembre, 2006.



## CAPÍTULO II EL MANGO

### 2.1. Descripción del producto

El mango se originó de la especie silvestre *Manguífera Indica*. Pertenece a la familia Anacardiaceas.

Se trata comúnmente de un árbol frondoso de hasta 20 metros de altura, de copa redonda, siempre verde, con inflorescencia provista de numerosas ramas, con entre 550 hasta 4 000 flores; su tronco es recto y está ramificado en brazos grandes.

Las hojas tiene una longitud de 15 a 40 cm, color vino cuando jóvenes, y verdes a medida que envejecen.

La raíz es típica hasta que da inicio a nuevas raíces adventicias. Las flores masculinas y femeninas aparecen en la misma panícula floral, tienen cinco sépalos pequeños verdosos y cinco pétalos de color rojo amarillento, rosado anaranjado o verdoso.

El fruto se trata de una gran drupa carnosa que puede contener uno o más embriones; su peso varía desde 150 gramos hasta 2 kilogramos. El color puede ser entre verde, amarillo y diferentes tonalidades de rosa, rojo y violeta. La cáscara es gruesa y la carne de color amarillo o anaranjado y jugosa.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Podemos agrupar los cultivares de mango en 3 grupos principales según en lugar de selección: Cultivares Indios: su sabor a trementina es muy marcado. La longitud de las fibras y el color de la piel son muy variables, teniendo algunos una piel bastante roja. La mayoría son dulces con un contenido en ácidos bajo. Cultivares Indochinos y Filipinos: son muy dulces, sin fibra ni sabor a trementina. La epidermis es verde amarillenta. Carabao es el cultivar más importante en Filipinas, exportándose en cantidades considerables a Japón. Bajo el sinónimo de Manila es uno de los cultivares más importantes de México. Cultivares de Florida: dominan la mayoría de las plantaciones de mango en casi todo el mundo. El Haden se desarrolló en Florida como planta de semilla del cultivar indio Mulgoba en 1910. Las siguientes características lo han hecho muy popular en el comercio internacional: color rojo atractivo de la piel, alta resistencia de la piel, muy importante para el transporte a larga distancia y contenido en ácidos relativamente alto.

El género *Manguífera* comprende más o menos 50 especies nativas del sureste de Asia o las islas circundantes, excepto la especie *M. africana* que se encuentra en África.<sup>25</sup> Solo tres ó cuatro especies del grupo producen frutas comestibles. Está reconocido en la actualidad como uno de los frutos tropicales-exóticos más finos y es de los más conocidos y apreciados debido, quizá, a que ningún otro tiene un sabor tan incomparablemente exótico.

La composición química del mango hace de éste una de las frutas más alimenticias. Contiene todos los minerales y las vitaminas que son indispensables para el desarrollo y crecimiento del humano, entre ellos los azúcares, vitaminas A, B y C, fibras y anti-oxidantes; siendo bajos en calorías, grasas y sodio, lo que lo convierte en una de las frutas más importantes en la recomendación de un régimen dietético y balanceado. Su valor calórico es de 62-64 calorías/100 g de pulpa. En la siguiente tabla se muestra el valor nutritivo del mango en 100 gramos de parte comestible.

**Cuadro 4**

**Composición química del mango**

COMPONENTES	VALOR MEDIO DE LA MATERIA FRESCA
Agua (g)	81.8
Carbohidratos (g)	16.4
Fibra (g)	0.7
Vitamina A (U.I.)	1100
Proteínas (g)	0.5
Ácido ascórbico (mg)	80
Fósforo (mg)	14
Calcio (mg)	10
Hierro (mg)	0.4
Grasa (mg)	0.1
Niacina (mg)	0.04
Tiamina (mg)	0.04
Riboflavina (mg)	0.07

Fuente: [www.infoagro.com/frutas/frutas\\_tropicales/mango.htm](http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/mango.htm), 24, Septiembre, 2006

<sup>25</sup> En Birmania e India oriental ya se cultivaba hace más de 4,000 años. Al parecer fue introducido en la costa oriental africana por los árabes en el siglo X. En el siglo XVI los portugueses lo introdujeron en Sudamérica. Fueron los portugueses quienes introdujeron el mango en el mundo occidental a principios del siglo XVI. Del mismo modo los españoles introdujeron este cultivo a sus colonias tropicales en el continente Americano, por medio del tráfico entre las Filipinas y la costa oeste de México por los siglos XV y XVI.

### 2.1.1. Cultivo

Los requerimientos en cuanto al cultivo del mango es información de importancia relevante que nos permitirá, como exportadores, conocer las consideraciones pertinentes en el momento de llevar nuestro producto a mercados externos ya que nos da una amplia visión de los tiempos, cuidados y necesidades del mismo.

#### a) *Temperatura*

“El mango se adapta a climas tropicales o sub-tropicales secos cuyos rasgos de temperatura óptima se encuentren entre los 20 y 25 °C, teniendo como mínimo temperaturas mayores a 15°C, ya que no soporta las heladas. La humedad relativa debe situarse por debajo de 70%.”<sup>26</sup>

#### b) *Tipo de suelo*

Lo ideal es sembrarlo en un suelo suelto y bien drenado, que facilite la penetración y exploración de las raíces. No debe plantarse en suelos con menos de 80 a 100 cm de profundidad, el pH deberá estar en torno a 5.5-5.7; con una textura limo-arenosa o arcillo-arenosa.

#### c) *Necesidades Hídricas*

Cuando más agua necesitan los árboles es en sus primeros días de vida, llegando aproximadamente de 16 a 20 litros semanales por árbol. Esto sucede durante los primeros dos años y cuando está en el terreno. Una vez que el árbol está enraizado aguanta muy bien la sequía. Los riegos mas copiosos deben darse cuando los capullo van a abrir, y hasta varias semanas después de la fructificación. Mientras la fruta aumenta de tamaño debe regarse una vez cada quince días y puede dejarse de regar al acercarse la madurez.

#### d) *Plantación*

Para plantar una semilla debe quitársele la vaina, se cortan los bordes de la cápsula con una tijera de podar; una vez libre la almendra, se procede a

---

<sup>26</sup> Galán Saucó, Víctor, “El cultivo del mango, Mundi-Prensa, Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Madrid, 1999, p.35.

plantarla en bolsas de plástico de unos 20 ó 25 cm de profundidad y 18 ó 20 cm de diámetro; de preferencia negras para que su duración sea mayor y absorba mas cantidad de calor. La semilla se debe enterrar de 2,5 a 3,5 cm de profundidad.

Después debe colocarse en un cobertizo con poco sol y ambiente húmedo. En los 20 primeros días las plantas estarán fuera, ya que darán más de un retoño, debe quitársele los que sobran y dejar el mejor. Debe plantarse de preferencia al día siguiente de haber sido liberada de la pulpa.

Antes de efectuar la plantación se recomienda hacer un laboreo de un metro de profundidad, efectuado en tiempo seco, para asegurar la uniformidad del crecimiento. “Se lleva a cabo cuando las plantas tienen de 1 a 2 años; si se han cultivado en recipientes, se pueden sacar en cualquier época del año; si están en los surcos del vivero, generalmente lo mejor es a principio o a final de la primavera. Se deben transplantar cuidadosamente en cepas previamente preparadas y espaciadas de 10 a 12 m de distancia. No se debe permitir que fructifiquen hasta que tengan más o menos 4 años de edad, eliminando las panículas de flor a medida que se forman.<sup>27</sup> En zonas ventosas se recomienda el empleo de cortavientos naturales o artificiales.

#### e) Poda

Se recomienda realizar la poda del árbol en los primeros años de vida para contribuir a la fructificación ya que cuando es demasiado frondoso la diferenciación floral es escasa y no hay una considerable fructificación.

#### f) Recolección

La producción de un árbol de mango es muy elevada. Un ejemplar de tamaño medio puede tener un rendimiento de 200 kilos, algunos llegan a cargar mas de 1000 kilogramos de fruta (30.000-40.000 kg/h)<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Ibid. p. 45

<sup>28</sup> Ibar Albinana, Leandro, “Cultivo del aguacate, chirimoyo, mango, papaya”, Aedos, España, 1986, p. 93.

La recolección de mango es manual, se debe cortar con un poco de pedúnculo para evitar derramar savia.

### **2.1.2 Conservación**

La fruta tiene un periodo de conservación aceptable después de la recogida. Si esta se hace cuando está madura mantiene sus buenas condiciones durante cinco días a temperatura ambiente (20°C-25°C); o diez días a 8°C; pero si se recoge cuando está verde pero con el tamaño adecuado y un peso aproximado de 175 a 250 gramos, se mantienen las buenas cualidades de la fruta hasta veintisiete días a 8°C<sup>29</sup>.

La conservación es mayor si el fruto se somete a un pre-tratamiento por calor, a 38°C, antes de su almacenamiento a bajas temperaturas (5°C).

Debido a las largas distancias en el transporte marítimo, los mangos son recogidos en la etapa maduro verdosa.

### **2.1.3. Vida productiva de la planta**

Estos árboles pueden producir comercialmente durante 50 a 80 años, sin embargo la producción empieza a declinar a partir de los 30 años. “Su vida útil se puede dividir en cuatro etapas:

- ❖ *Período de crecimiento*: abarca entre los 2 y 8 años, se caracteriza por un marcado incremento del área foliar, el inicio de la producción de frutos y un aumento de ellos.
- ❖ *Período de plena producción*: cuando la planta expresa su máxima eficiencia productiva, se sitúa entre los 8 y 14 años.
- ❖ *Período de producción*: aumento del área foliar pero no así de la capacidad reproductiva, va desde los 14 a 24 años.

---

<sup>29</sup> Ibid p. 184.

- ❖ *Período de senilidad*: el comienzo de la etapa final de la vida económica del árbol, disminución de los rendimientos, inicia alrededor de los 24 años”.<sup>30</sup>

#### **2.1.4. Plagas y Enfermedades**

Es importante conocer las plagas a las que está expuesto nuestro producto para así poder controlarlas y evitar los daños.

Las plagas más importantes son la *Selenothrips rubrocinctus* (trípido de cinta roja). Los trips pertenecen al orden Thysanoptera familia Triptidae. Este trípido es el más dañino; las hojas atacadas se descolorean y secan, los árboles reducen la producción y los pocos frutos son de calidad inferior. Se controla aplicando químicos o biológicos.

Otra plaga es la escama harinosa, el *Coccus mangifera* (Escama verde del mango) y el *Chrysomphalus dictyospermi* (escama roja) que son Coccidae que le succionan la savia y depositan los excrementos azucarados sobre los que se desarrollan hongos.

El tercer grupo lo representa el de las moscas de la fruta, son del mismo tamaño que el de la mosca común, pero de color amarillento y con dibujos en las alas. Se controlan aplicando malathión y diaziñon en las dosis recomendadas; otra es el falso piojo blanco.

La enfermedad más importante es la Antracnosis causada por el hongo *Colletotrichum gloeosporioides* Penz, que aparece en forma de manchas oscuras en las flores y sus pedúnculos, destruyendo gran número de flores.

Otra es el Oidium (Mildew Polvoriento), causa la pérdida de hasta un 20%. Las hojas quedan cubiertas de un polvillo blanquecino grisáceo con olor a moho, éstas no se abren y la inflorescencia cae.

---

<sup>30</sup> Avila R., Luis, et. al., El cultivo del manguero en Venezuela: Fertilización, en [www.ceniap.gov.ve/bdigital/fdivul/fd40/texto/cultivo.htm](http://www.ceniap.gov.ve/bdigital/fdivul/fd40/texto/cultivo.htm), 23, Septiembre, 2006.

La mancha negra es una enfermedad de post cosecha, se manifiesta apareciendo manchas negras redondas.

#### **2.1.5. Variedades y presentaciones**

Todas las variedades de mango están diferenciadas en dos razas, que son:

- ❖ La Raza India, que es monoembrionaria proveniente de embriones sexuales, frutas fibrosas y con sabor a trementina.
- ❖ La Raza Filipina que es poliembrionaria, o sea, que proviene de embriones apomíticos y produce frutas sin fibras, son las variedades de más demanda comercial en la actualidad.

El mango tiene una gran cantidad de variedades como son: Amelie, Kent, Alphoso, Bangapalli, Bombai, Carabao, Manila Super, Mulgoa, Yamaguí, Banilejo, Gota de oro, Marcelo, Fabricot, Palmer, Haden, Invin Triwin, Seit, Glenn y la Madame Francés entre otras.

Las variedades que se cultivan en México son: Ataulfo, Haden, Tommy Atkins, Irwing, Keitt, Kent, Manila, Palmer, Sensation y Van Dyke.

En el siguiente cuadro podemos ver la distribución en el cultivo de algunas variedades del mango en nuestro país:

**Cuadro 5**  
**Distribución de cultivo por variedades de mango en México**

<b>TIPO</b>	<b>MESES</b>	<b>ESTADOS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>ATAULFO</b>	<b>Febrero-Julio</b>	<b>Chiapas Guerrero Oaxaca Colima Nayarit Sinaloa</b>	<b>Color Amarillo Tipo Alargado Longitud 12.5- 14cm. Anchura 5.5-6cm. Peso 180-260gr. Contiene muy poca fibra</b>
<b>HADEN</b>	<b>Febrero-Agosto</b>	<b>Colima Jalisco Michoacán Guerrero Nayarit Sinaloa</b>	<b>Color Rojo/Amarillo Tipo Redondo Longitud 10.5-14cm. Anchura 9- 10.5cm. Peso 510- 680gr. Contiene muy poca fibr</b>
<b>KENT</b>	<b>Julio-Agosto</b>	<b>Jalisco Michoacán Nayarit Sinaloa Colima</b>	<b>Color Rojo/Amarillo Tipo Redondo Longitud 12-14cm. Anchura 9.5- 11cm. Peso 450-700gr. Contiene muy poca fibra</b>
<b>TOMMY ATKINS</b>	<b>Fines Febrero- Agosto</b>	<b>Michoacán Jalisco Colima Guerrero Nayarit Sinaloa</b>	<b>Color Amarillo/Rojo Tipo Redondo Longitud 12-14.5cm. Anchura 10- 13cm. Peso 450-700gr. Contiene fibra regular</b>
<b>KEITT</b>	<b>Abril-Fines Septiembre</b>	<b>Colima Jalisco Nayarit Sinaloa</b>	<b>Color Rosado/Amarillo Tipo Redondo Longitud 13-15.5cm. Anchura 9- 11cm. Peso 510-2000gr. Contiene muy poca fibra</b>

Fuente: [www.amsda.com.mx](http://www.amsda.com.mx) , 29, Septiembre, 2006.

Existen varias alternativas tecnológicas de presentación de mango como las siguientes:

- ❖ Pulpa simple
- ❖ Pulpa concentrada
- ❖ Jugos



- ❖ Néctar
- ❖ Conservas
- ❖ Deshidratado
- ❖ En tajadas congelado

La presentación que nos interesa es el mango deshidratado, para la que frecuentemente se utilizan las variedades rojas (Kent, Haden, Tommy Atkins).

La deshidratación representa una forma de recuperar parte de las mermas tanto en el campo como en el empaque debidas a fruta que no cumple con las características de exportación; así como una opción para los agricultores que se ven presionados a vender su cosecha a precios muy bajos o dejarlas pudrir al no poder costear la cosecha o el flete que implica su venta. Se puede, de esta forma, dar un valor agregado a la producción y minimizar perdidas.

## **2.2. Principales zonas productivas en México**

La superficie destinada al cultivo de mango en producción fue de 162,312 hectáreas en el año 2005 y su producción asciende a 1.57 millones de toneladas.<sup>31</sup>

Las principales zonas productoras son:

- ❖ Nayarit 273,394 toneladas
- ❖ Guerrero 226,322 toneladas
- ❖ Veracruz 221,479 toneladas
- ❖ Sinaloa 216,668 toneladas
- ❖ Chiapas 175,058 toneladas
- ❖ Oaxaca 171,440 toneladas
- ❖ Michoacán 107,211 toneladas

---

<sup>31</sup> Exportación del mango, en <http://www.monografias.com/trabajos35/exportacion-mango/exportacion-mango.shtml>, 19, Septiembre, 2006.

## 2.3 Producción del mango deshidratado

La producción de mango deshidratado es algo relativamente nuevo, en Estados Unidos se han producido y comercializado frutas tropicales deshidratadas por lo menos desde 1990 y han logrado una participación del 5% del mercado total.<sup>32</sup>

Como sabemos gran parte de las cosechas de fruta se arruinan por las condiciones climáticas o pérdidas en la transportación de la mercancía. Tradicionalmente la fruta con algún tipo de maltrato se emplea para elaborar ates y otros dulces. El mercado de las frutas tropicales deshidratadas representa una muy buena oportunidad para el productor y empacador de mango fresco; ya que se pueden aprovechar las mermas que se tienen tanto en el campo como en el empaque debidas a mangos frescos que no cumplen con las características de exportación. De esta forma se le puede dar un valor agregado a la producción y minimizar las pérdidas.

Aunque ésta es una práctica común en algunos estados como Michoacán, Puebla, Jalisco y el Distrito Federal, aún son pocas las empresas que han encontrado en la deshidratación del producto una forma de recuperar parte de las mermas y un negocio en si mismo.

Estados Unidos en los últimos 6 años ha importado un total de 850 toneladas métricas de mango deshidratado por un valor de \$ 500,000 dólares.<sup>33</sup> Japón es un mercado emergente que demanda mango deshidratado principalmente de los países exportadores asiáticos (Tailandia, India, etc), pero en el que nuestro país puede incursionar aprovechando de mejor manera sus potencialidades, es decir, sus ventajas comparativas y competitivas en el cultivo de mango.

El mercado para mango deshidratado se puede dividir en dos: el de la industria de la comida naturista y el de las tiendas de autoservicio.

---

<sup>32</sup> <http://mktglobal.iteso.mx/numanteriores/1998/marzo98/marzo984.html> , 12, Septiembre, 2006.

<sup>33</sup> <http://mktglobal.iteso.mx/numanteriores/1998/marzo98/marzo984.html>, 12, Septiembre, 2006.

Las tiendas naturistas venden fruta deshidratada que no contenga ningún tipo de aditivos y que el proceso de deshidratación se haya realizado por un procedimiento natural. Estos productos se venden como un “premium”, es decir, los consumidores los compran sin importar su costo mientras el producto les brinde cierto estatus social y satisfacción.

El mango deshidratado que es tratado con sulfuro, para mantener su color y frescura, y que además se le ha añadido azúcar, se vende en las tiendas de autoservicio. Dichas tiendas venden más fruta deshidratada que los mercados convencionales.

Normalmente este tipo de fruta se ha comercializado como un postre y se utiliza en la preparación de algunos panes y guisados. También ha empezado a venderse sin azúcar adicional para su consumo como botana, embolsada en presentaciones individuales y familiares. En muchos restaurantes gourments se emplea para decorar platillos e incluso hay florerías y casas de decoración que la usan como elemento de ornato en sus arreglos.

La gente lo busca porque es un producto totalmente natural, no engorda y puede consumirse a cualquier hora.

Una gran ventaja es su vida en el anaquel pues no se echa a perder ya que su grado de humedad es mínimo.

### **2.3.1 Proceso de deshidratación**

Los procesos para deshidratar la fruta son diversos:

- ❖ Secado natural al sol: en este caso la fruta es susceptible a contaminarse y estar expuesta a roedores e insectos,
- ❖ Secado por aire caliente: es el método más empleado a nivel industrial.

Una ventaja de la deshidratación es que, después de la fruta fresca, el alimento deshidratado es el que conserva la mayor parte de sus nutrientes;

pero el producto se reduce hasta cinco veces durante el proceso, al perder humedad su volumen se reduce notablemente, de tal suerte que para formar un kilo de alguna fruta deshidratada se necesitarán varios kilos del fruto fresco.

Dada la naturaleza de la materia prima es fundamental tener en cuenta las temporadas de cosecha. Se pueden aprovechar las temporadas altas para deshidratar y conservar la fruta, así el costo disminuye, ya que esta se puede almacenar hasta por más de un año. Las condiciones mínimas para un óptimo almacenamiento son: ambiente de humedad relativa baja, temperatura baja (sin llegar a 0°C) y condiciones de sombra.

Los envases ideales para el almacenamiento de la fruta deshidratada son los que están hechos de plástico.

#### **2.4. Envase, empaque, embalaje**

En la sociedad actual no se concibe la comercialización de un producto, cualquiera que sea su naturaleza, sin el concurso de alguna forma de envase y/o embalaje que lo contenga y proteja, desde su producción primaria hasta llegar al consumidor.

Los envases y embalajes cumplen, cada uno a su modo, las funciones básicas de presentar e identificar al producto que contienen y de proteger y conservar su calidad e integridad. Es necesario seleccionar el envase más adecuado en función de muy diversos parámetros. Aspectos tales como las características del producto (naturaleza, composición, sensibilidad a los factores atmosféricos, temperatura, etc. ), forma de transporte y distribución comercial, mercado consumidor, vida útil esperada, costos, posibilidad de reutilización o reciclado de los materiales, compatibilidad medio ambiental, etc. son aspectos a considerar en el momento de elegir el empaque de nuestro producto.

Existen muchas y variadas alternativas disponibles comercialmente para el envasado de frutas entre las que se puede optar en base a las necesidades de conservación del producto y exigencias del mercado consumidor.

Se dispone de diferentes tipos de envases en cuya fabricación se emplean materiales muy variados como madera, cartón ondulado, fibras naturales y materiales plásticos, como son:

- ❖ cajas y cajones de madera, cartón ondulado o plásticos
- ❖ sacos de fibra o plásticos
- ❖ bolsas de plásticos
- ❖ mallas y bolsas perforadas de fibras o plásticos
- ❖ bandejas y plataformas de cartón o plásticos
- ❖ recubrimientos plásticos

Las cajas de madera han sido tradicionalmente el envase mas utilizado para el transporte y comercialización de todo tipo de frutas y aun ocupan un papel importante.

Como ventajas básicas de estos envases pueden citarse: la resistencia mecánica que permite el apilado, la resistencia a la humedad, se calientan lentamente y se enfrían rápidamente, pueden reutilizarse repetidamente si bien hay que tomar las precauciones necesarias para evitar contaminaciones microbiológicas. Como inconvenientes: ocupan mucho volumen en vacío, fácil rotura durante la manipulación y presentan dificultades para la impresión, por lo que requieren etiquetado.

La alternativa a las cajas de madera son las cajas de cartón ondulado, que día a día alcanzan mayor difusión e impulso, sobre todo de las grandes superficies de venta.

Se comercializan una gran variedad de diseños con diferentes tipos de material ondulado. Para envases ligeros se emplea cartón doble cara con ondas B o C. Para envases de alta resistencia, superior a 10 kg., se emplea mayoritariamente el doble-doble con ondas B-C ó E-B. Las cajas pueden

servirse sin montar lo que facilita y abarata el transporte y ahorra espacio en el almacenamiento.<sup>34</sup>

La colocación y distribución del producto en las cajas es importante, evitando los roces o golpes que podrían ocasionar su pérdida de calidad o incluso su deterioro prematuro. Para eliminar estos problemas pueden usarse divisores o separadores adecuados de cartón o plástico, bandejas moldeadas o celdas, o bien recubrir las piezas individualmente mediante mallas o envolturas que, además mejoran la presentación al consumidor.

Específicamente para el mango deshidratado es recomendable empacarse en bolsas apropiadas (pueden ser laminadas) con la suficiente barrera para oxígeno y humedad que eviten la rehidratación del producto, a una temperatura entre 15 y 20°C.<sup>35</sup> Para el envase primario se pueden usar fundas de polipropileno en presentación de 200 gramos, el empaque en cajas de cartón ondulado, utilizando divisores o bandejas moldeadas, lo que dará mejor presentación a nuestro producto, y estas cajas podrán ser acomodadas en los pallets.

El mango deshidratado es envasado de acuerdo con su uso final. Para los minoristas, existe el empaque al menudeo que consiste en 200gr, 100 gr y 50 gr por bolsa de plástico o bolsas plásticas laminadas. Estas bolsitas con empacadas en bolsas de plástico de 1 kg, 2kg o 4 kg por bolsa. El peso neto por cartón va de 10kg, 12kg o 16kg.

El mango deshidratado es un popular aperitivo.

## **2.5. Fracción arancelaria**

En nuestro país la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación (LIGIE) clasifica las mercancías y determina los impuestos al comercio exterior o sus exenciones, tanto a la importación como a

---

<sup>34</sup> Frutas, Empacado, Dirección General para el desarrollo Agroindustrial, México, 1998, p. 64.

<sup>35</sup> Arriola, M.C. de, Menchu, "Caracterización, manejo y almacenamiento de mango", Instituto Centroamericano de Investigación y Tecnología Industrial, México, 1976, p. 135.

la exportación. La Tarifa esta compuesta por la nomenclatura o Código del Sistema Armonizado, la descripción de la nomenclatura, las unidades de medida para cada código y las columnas impositivas tanto a la importación como a la exportación.

Cada país establece el nivel nacional de desglose conforme a sus necesidades de identificación, adicionando a dicho código los dígitos necesarios para formar sus propias subdivisiones. En nuestro país la Tarifa de la LIGIE se estructura de la siguiente manera: 22 secciones, 38 notas legales, 98 capítulos, además de partidas, subpartidas, notas legales y notas de subpartidas y a los 6 dígitos se integra un séptimo y octavo número de la codificación.

El mango deshidratado se encuentra en el Sección II Productos del Reino Vegetal.

Podemos identificar el Capítulo por los dos primeros dígitos ordenados en forma progresiva del 01 al 98, en este caso **08 Frutas y frutos comestibles**. El código de partida se forma por los dos dígitos de capítulo seguidos de un tercer y cuarto dígitos ordenados en forma progresiva, **0804 ...mangos y... frescos o secos**. La subpartida se forma por los cuatro dígitos de la partida adicionados de un quinto y sexto dígitos, separados de los de la partida por un punto. Estas pueden ser de primer o segundo nivel, **0804.50 guayabas, mangos y mangostanes**. La fracción arancelaria se forma con los seis dígitos de la subpartida adicionados de un séptimo y octavo dígitos, separados de los de la subpartida por medio de un punto, **0804.50.03 mangos**.

Para la exportación, el mango deshidratado no esta sujeto a ninguna clase de regulación y tiene arancel exento ya que gozamos de preferencia para este producto por encontrarse dentro del Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón.

### **CAPÍTULO III. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO META: JAPÓN**

Es importante conocer los aspectos generales del país al que se pretende incursionar, por lo que a continuación se describirán brevemente algunos de ellos que se consideran relevantes.

#### **Geografía**

Japón es un país insular en el en el Océano Pacífico, rodeado de mares por los cuatro costados, y se ubica en una latitud similar al Mediterráneo y la Ciudad de Los Ángeles en los Estados Unidos. Lo podemos localizar dentro de Asia Oriental, donde se encuentran los países que se asoman al océano pacífico.<sup>36</sup> Un conjunto de mas de 6,800 islas componen la nación japonesa, solo 340 de estas islas tienen una superficie superior a 1 Km<sup>2</sup>. El 98% del país esta formado por cuatro islas: Hokkaido, Honsu, Shikoku y Kyushu.

Su superficie total es de 378,000 km<sup>2</sup>, las áreas verdes de bosques y campos cubren alrededor del 67% del territorio. Tiene una topografía alargada de norte a sur en forma de arco, con un clima que se extiende desde la zona subártica hasta la zona subtropical. Alrededor del 68% de Japón es montañoso, la mayor parte de la población vive en las regiones llanas o con relieve suavemente ondulado, donde la agricultura y el transporte de productos resulta mucho más fácil.<sup>37</sup>

Las islas japonesas forman parte de la gran cadena de montañas que se extienden desde el Sudeste asiático hasta Alaska. Por un lado, esto ha dotado a Japón de una costa alargada y rocosa con muchos puertos pequeños pero excelentes. Por otro lado, se han formado gran cantidad de zonas montañosas con numerosos valles, ríos que fluyen velozmente y lagos de aguas cristalinas. Las montañas constituyen el 71% de la superficie total de Japón.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Gerac Chaliand, Jean-Pierre Rageau, Atlas estratégico y político, 2ª Edición, Alianza editorial, México, p. 36

<sup>37</sup> Vistas de Japón,, Urban Connections Inc., Vol. 3, Edición Junio 1998, Japón, p. 4.

<sup>38</sup> Moreno Rincón, Samuel D., Japón, Ayer y hoy, en <http://www.monografias.com/trabajos13/japoayer/japoayer.shtml> , 2, Septiembre, 2006.



La temperatura media registra una amplia diferencia entre los 8,2°C en Hokkaido el norte de Japón, 15,6°C en la zona metropolitana de Tokio y 22,4°C en Okinawa, al sur.<sup>39</sup>

Estos datos son importantes ya que debido al no tener condiciones para el cultivo agrícola por estas condiciones Japón importa la mayor parte de sus alimentos, además de que es necesaria la ubicación geográfica para considerar los puertos de entrada y ciudades principales a donde podemos enviar la mercancía que se va a exportar.

## **Población**

Japón es el octavo país mas poblado del mundo con alrededor de 126,1 millones de habitantes. Hay una media de 337 habitantes por kilómetro cuadrado. La mayoría vive en la costa este o en la región sur.<sup>40</sup> Aproximadamente la mitad de la población total vive en las tres grandes ciudades de Tokio, Osaka y Nagoya y las 11 prefecturas de los alrededores.<sup>41</sup> Esto nos permitirá conocer el tamaño de mercado al que se va acceder y poder calcular el impacto que como exportadores podríamos tener en él.

## **Gobierno**

Es importante conocer el tipo de gobierno y panorama político que hay en nuestro mercado meta a fin de decidir si las condiciones son optimas para introducir nuestro producto en el país, Japón tiene un sistema democrático de gobierno, se basa en la constitución de Japón, la cual determina el papel del Emperador, los derechos y deberes de los ciudadanos, las responsabilidades de las diferentes ramas del gobierno y otras normativas.

---

<sup>39</sup> Conociendo al Japón. Surgen los negocios. Guía para entrar en el Mercado Japonés. MIPRO, México, 2005, p. 102.

<sup>40</sup> Vistas de Japón,, Urban Connections Inc., Vol. 3, Edición Junio 1998, Japón, p. 16.

<sup>41</sup> Conociendo al Japón. Surgen los negocios. Guía para entrar en el Mercado Japonés. (versión general) MIPRO, México, 2005, p. 59.

La legislatura nacional japonesa se denomina la Dieta. Esta tiene dos cámaras: La Cámara de Representantes y la Cámara de los Consejeros. El Primer Ministro es un miembro de la Dieta y es elegido por ella. Él nombra al gabinete.<sup>42</sup>

Bajo la Constitución japonesa, el Emperador es el símbolo del Estado y la Unidad del pueblo. No tiene poderes relacionados con el gobierno. La familia imperial japonesa es la dinastía ininterrumpida más antigua del mundo.

La situación política en Japón es altamente estable, las relaciones económicas y comerciales entre Japón y otros países se desarrollan sin ningún problema; participa activamente en la promoción y negociación de acuerdos de libre comercio.

## **Economía**

La economía de Japón es un floreciente complejo de industria, comercio, finanzas, agricultura y todos los demás elementos de una estructura económica moderna. La economía de la nación se encuentra en una avanzada etapa de industrialización, con el auxilio de un contingente masivo de información y redes de transporte altamente desarrolladas. La agricultura y la pesca han desempeñado un papel importante en la economía japonesa. Sin embargo, recientemente la industria ha evolucionado paralelamente a la modernización de Japón y ha llevado a numerosos agricultores a las ciudades comerciantes e industriales.

Los campos cercanos a las grandes ciudades se han convertido en zonas residenciales. Desde hace algún tiempo, el modo de vida y el régimen alimentario en Japón se han occidentalizado de una manera significativa, así pues, varios productos alimentarios han tenido que ser importados de muchas partes del mundo, sobre todo de los Estados Unidos. Siendo un país insular, la pesca ha proporcionado para los japoneses su principal fuente de proteínas. La ganadería está expandiéndose desde hace poco, pero deben importarse grandes cantidades de carne para responder a las necesidades de los consumidores.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Ibid, p. 6.

<sup>43</sup> Moreno Rincón, Samuel D., Japón, Ayer y hoy, en <http://www.monografias.com/trabajos13/japoayer/japoayer.shtml> , 2, Septiembre, 2006.

### **3.1. Características del mercado japonés de productos agropecuarios.**

Japón no produce los alimentos suficientes para satisfacer sus necesidades por lo que tiene que importar alrededor del 60% de los alimentos requeridos. Solo una pequeña porción (13%) de área total de Japón es apropiada para la agricultura y la producción alimenticia japonesa continua en declive. La escasez de trabajo y políticas del uso el suelo han incrementado los costos de la producción domestica y hecho que las importaciones crecieran competitivamente.

El sector agrícola japonés es un poco menos del 1% del total general y alrededor del 5% de la población se encuentra en este sector. Esta fuertemente subsidiado y dominado por pequeñas granjas. Las granjas están organizadas sobre un largo y poderoso sistema cooperativo de agricultura, que presiona para mantener los precios, tarifas en importación y el mantenimiento de las pequeñas granjas.

La agricultura japonesa esta centrada en la producción del arroz, ganado, frutas y vegetales. El arroz es el más significativo producto agrícola, siendo alrededor de un tercio del total del ingreso agrícola. Japón ha establecido también instalaciones para la producción al exterior e invertido en empresas de procesamiento de alimentos, particularmente en China y el Sudeste de Asia. Estas instalaciones producen productos específicos para el mercado Japonés.

Japón tiene un enorme déficit en el ramo de agricultura y depende de los alimentos importados para alimentar a su población. En 2005, Japón fue el tercer país con mayores importaciones de alimentos agrícolas y mariscos, importando \$52.1 billones de alimentos agrícolas y \$17.2 billones de pescados y mariscos. Los mayores exportadores de alimentos agrícolas y mariscos a Japón fueron Estados Unidos (26%), China (15%), Australia (8%), Tailandia (6%) y Canadá (5%).<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Agri-Food, Past, Present & Future Report Japan, July 2006, en [http://atn-riac.agr.ca/asia/4202\\_e.htm](http://atn-riac.agr.ca/asia/4202_e.htm) , 10, Noviembre, 2006.

Japón también exportó \$4 billones de alimentos agrícolas y mariscos en 2005. Estados Unidos (18%), Taiwán (17%), Hong Kong (17%), China (12%) y Corea del Sur (11%) fueron los principales mercados para los alimentos agrícolas y mariscos japoneses.<sup>45</sup>

Importando un total de US\$67.4 billones de dólares en alimentos agrícolas, Japón es el mercado más grande para los productos alimenticios de importación. Con solo una pequeña porción de su territorio apropiada para el desarrollo agrícola tiene que importar alrededor del 60% de sus alimentos.<sup>46</sup>

Las importaciones de alimentos orientados al consumo humano fueron valuados en casi US\$26 billones de dólares en 2004. El rango de autosuficiencia japonesa en estos sectores está disminuyendo, de 45% en 1994 al 40% en 2004, marcando oportunidades para exportadores especializados en estas categorías de productos.<sup>47</sup>

En el 2004 las principales fuentes de consumo orientadas a los productos alimenticios agrícolas incluyeron Estados Unidos, China, Australia, Dinamarca y Canadá. Juntos, estos países forman más del 50% de las importaciones japonesas de alimentos.<sup>48</sup>

Hasta la década de los setenta, las importaciones comienzan a tomar un giro diferente al incluir entre los diez principales productos importados la carne de cordero, producto de primera necesidad pero no el más importante en el consumo japonés. Posteriormente, en la década de los ochenta las importaciones de carne de res y de puerco aparecieron por primera vez en la lista de los 10 principales productos alimenticios importados a Japón, para convertirse durante la segunda mitad de la década de los noventa en los principales productos alimenticios de importación.

---

<sup>45</sup> Agri-Food, Past, Present & Future Report Japan, July 2006, en [http://atn-riae.agr.ca/asia/4202\\_e.htm](http://atn-riae.agr.ca/asia/4202_e.htm), 10, Noviembre, 2006.

<sup>46</sup> Agri-Food Consumer Profile Japan, June 2006, en [http://atn-riae.agr.ca/asia/4202\\_e.htm](http://atn-riae.agr.ca/asia/4202_e.htm), 10, Noviembre, 2006.

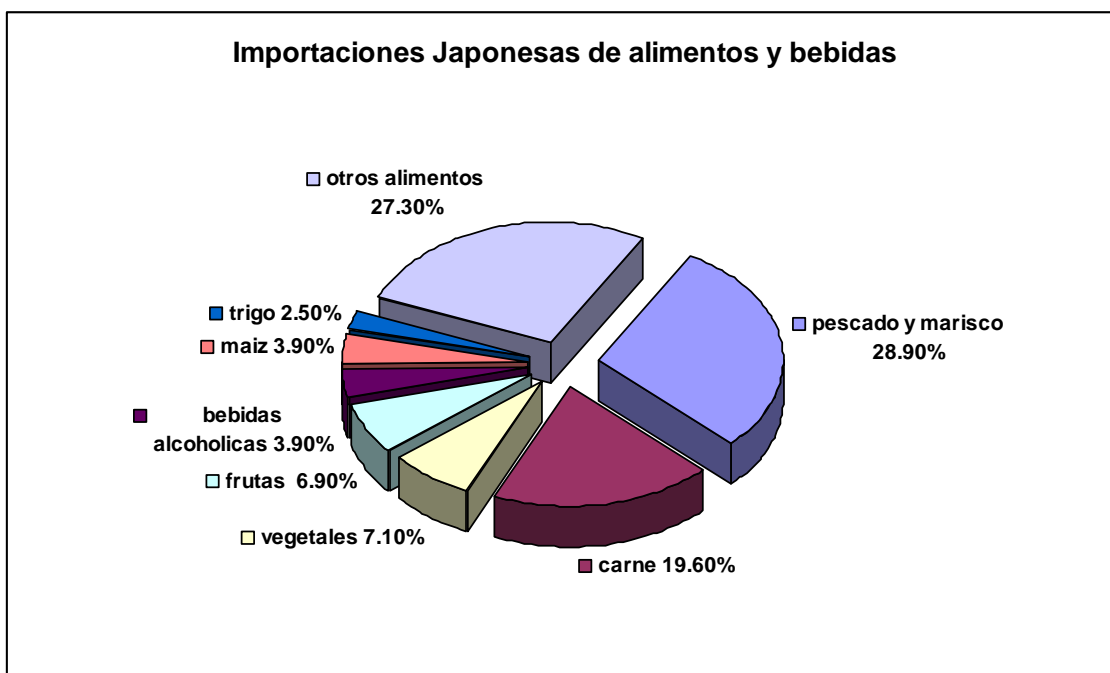
<sup>47</sup> Agri-Food Consumer Profile Japan, June 2006, en [http://atn-riae.agr.ca/asia/4202\\_e.htm](http://atn-riae.agr.ca/asia/4202_e.htm), 10, Noviembre, 2006.

<sup>48</sup> Agri-Food Consumer Profile Japan, June 2006, en [http://atn-riae.agr.ca/asia/4202\\_e.htm](http://atn-riae.agr.ca/asia/4202_e.htm), 10, Noviembre, 2006.

Japón geográficamente se conforma por áreas montañosas, zonas volcánicas y bosques por lo que únicamente el 14% del territorio es de cultivo, razón por la cual existe gran demanda por alimentos importados. Así mismo, las tierras destinadas tanto al cultivo como a la ganadería, han venido reduciéndose paulatinamente año con año. El encarecimiento y escasez de la mano de obra han sido factores decisivos en la contracción de la actividad agropecuaria, y en consecuencia en la disminución de la producción nacional.

Durante el período 1997-2003, las importaciones de alimentos han registrado un monto anual promedio de USD \$43,863 millones. La importación de alimentos en Japón se compone básicamente por productos frescos y materias primas. Los alimentos procesados o de consumo diario ocupan un porcentaje mucho menor en el total de las importaciones. Las frutas registraron una tasa media anual de crecimiento de 1.09% alcanzando la cifra de USD \$3,014 millones durante el año 2003.<sup>49</sup>

Gráfica 4



Fuente: Consejería Comercial de México en Japón con cifras del Ministerio de Finanzas de Japón (MOF)

<sup>49</sup> Principales Sectores de importaciones japonesas. Productos Agrícolas, Invest México, Bancomext en : [http://www.investinmexico.com.mx/pied/templates/pied\\_bancomext/mexjap/Cap3\\_1.pdf#search='el%20mercado%20japon%C3%A9s%20de%20productos%20agropecuarios](http://www.investinmexico.com.mx/pied/templates/pied_bancomext/mexjap/Cap3_1.pdf#search='el%20mercado%20japon%C3%A9s%20de%20productos%20agropecuarios), 24, Octubre, 2006.

El mercado japonés se encuentra muy competido por la oferta de productos alimenticios provenientes de Asia que se caracterizan por precios competitivos y un suministro continuo en la demanda.

Durante el año 2003 Estados Unidos fue el principal país proveedor de alimentos, al registrar la cifra de USD \$13,091 millones, lo que representó el 29.9% del total de las importaciones de alimentos de Japón. China es el segundo proveedor de alimentos con exportaciones de USD \$6,078 millones, y una participación en el mercado del 13.9%. Continúa Australia que alcanzó la cifra de USD \$2,901 millones, y con el 6.6% de las exportaciones. Tailandia captó el 5.3% del mercado al registrar exportaciones por USD \$2,323 millones, y finalmente Canadá con exportaciones de USD \$1,985 millones, equivalentes al 4.5%.<sup>50</sup>

### **3.2. El mercado del mango en Japón**

Japón es el segundo mercado de mango fresco absorbiendo 21% del volumen total de exportación US\$12,470,000 en 1999. Sin embargo el volumen de exportación y el valor cayo al menos 10% con respecto al año pasado, Filipinas continua abasteciendo mas de la mitad del mercado japonés de mangos.<sup>51</sup>

En 1997 56% de las importaciones japonesas de mango fresco fueron surtidas por Filipinas en un total de 4,831 toneladas métricas. Sin embargo, México se encuentra en la segunda posición con un mercado de al menos 38%. El mango mexicano exportado a Japón ha crecido rápidamente en un 34% durante el periodo 1997-1998, comparado con el crecimiento negativo del 9% en las exportaciones de mango de Filipinas. Australia, Tailandia y USA conforman el 2.4%, 2.2% y 1.4% respectivamente.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Principales Sectores de importaciones japonesas. Productos Agrícolas, Invest México, Bancomext en : [http://www.investinmexico.com.mx/pied/templates/pied\\_bancomext/mexjap/Cap3\\_1.pdf#search='el%20mercado%20japon%C3%A9s%20de%20productos%20agropecuarios](http://www.investinmexico.com.mx/pied/templates/pied_bancomext/mexjap/Cap3_1.pdf#search='el%20mercado%20japon%C3%A9s%20de%20productos%20agropecuarios), 24, Octubre, 2006.

<sup>51</sup> Mango Industry Situationer Report en <http://www.da.gov.ph/agribiz/mango1.html>, 16, Noviembre, 2006.

<sup>52</sup> Mango Industry Situationer Report en <http://www.da.gov.ph/agribiz/mango1.html>, 16, Noviembre, 2006.

El mango deshidratado, como otros subproductos del mango han ganado popularidad en el mercado mundial. Ocupa el segundo lugar en exportación entre los productos procesados de mango. En 1999; Filipinas exporto un total de 788.6 toneladas métricas con un valor de US\$4.5 millones. En los últimos 5 años el volumen de exportación del mango deshidratado se ha ido incrementando constantemente con un promedio de crecimiento de 7%.<sup>53</sup>

El mayor comprador de mango deshidratado filipino fue Hong Kong absorbiendo 58% del total cuantificado. Seguido por USA con 17%, Canada con 6%, Alemania y Singapur con 5% y 4.3% respectivamente.<sup>54</sup>

### **3.3. Canales de distribución**

Hasta finales de 1999 y principios del 2000 era imposible que un consumidor comprara directamente con el fabricante o productor. El sistema de distribución de Japón se caracteriza por múltiples etapas de mayoristas y distribuidores, los cuales se especializan en ciertos productos, eso ha desarrollado un acercamiento incrementando la relación con productores minoristas e inclusive con otros mayoristas.

Los distribuidores que se especializan en ciertos productos típicamente manejan líneas de productos competitivos. En referencia a los productos mexicanos, los beneficiados eran las grandes sosas o casas comerciales y los grandes brokers de USA que manejan el mayor flujo de estos productos dejando pocas oportunidades de realizar negocios directos entre las pequeñas y medianas empresas mexicanas con las de Japón.

En lo que se refiere a las frutas frescas, estas, son vendidas en una gran variedad de tiendas minoristas, incluyendo tiendas de frutas y vegetales, supermercados, tiendas departamentales y en los llamados salones de frutas.

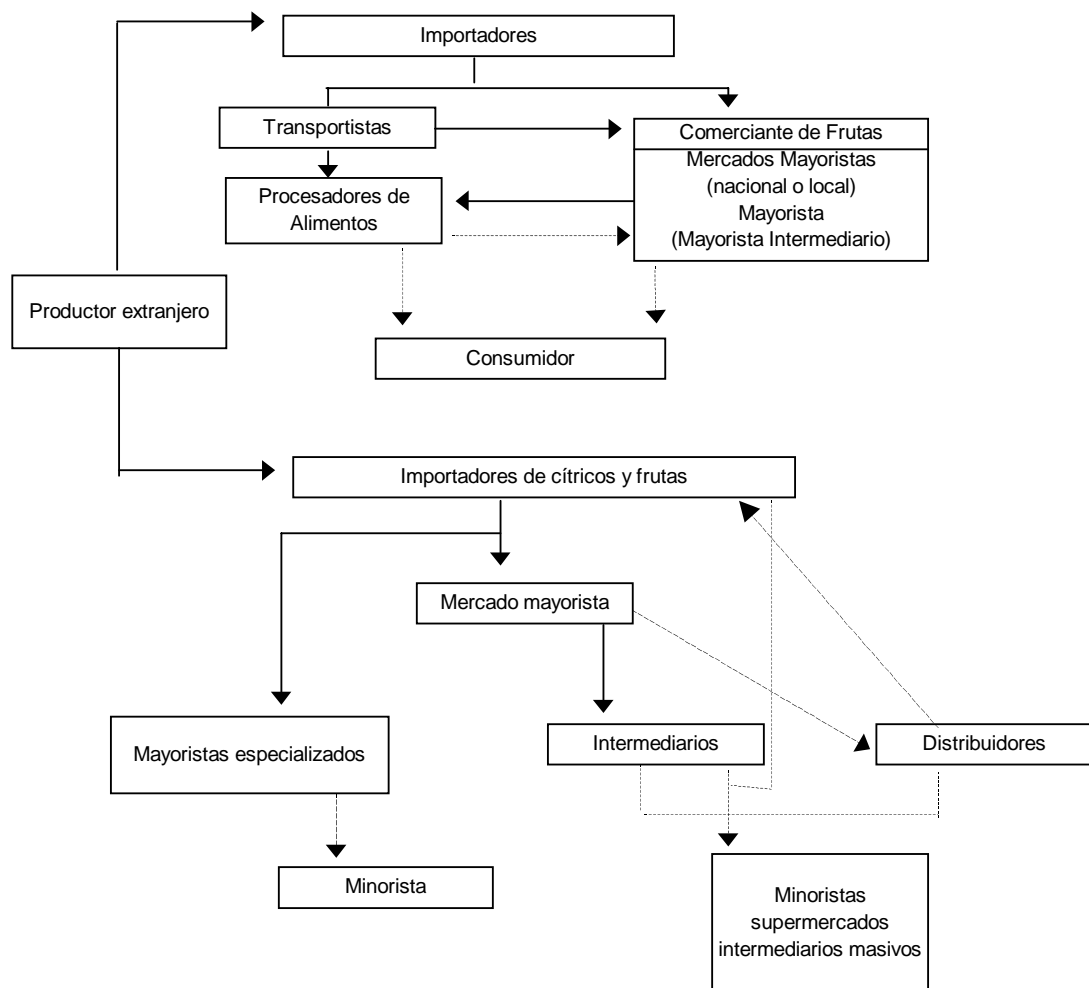
---

<sup>53</sup> Mango Industry Situationer Report en <http://www.da.gov.ph/agribiz/mango1.html>, 16, Noviembre, 2006.

<sup>54</sup> Mango Industry Situationer Report en <http://www.da.gov.ph/agribiz/mango1.html>, 16, Noviembre, 2006.

El principal canal de distribución de las frutas frescas importadas es del importador a los comerciantes nacionales o locales, luego a vendedores al mayoreo primarios y secundarios, posteriormente minoristas y finalmente a los consumidores.

**Cuadro 6**  
**Canales de distribución para Fruta Fresca Importada**



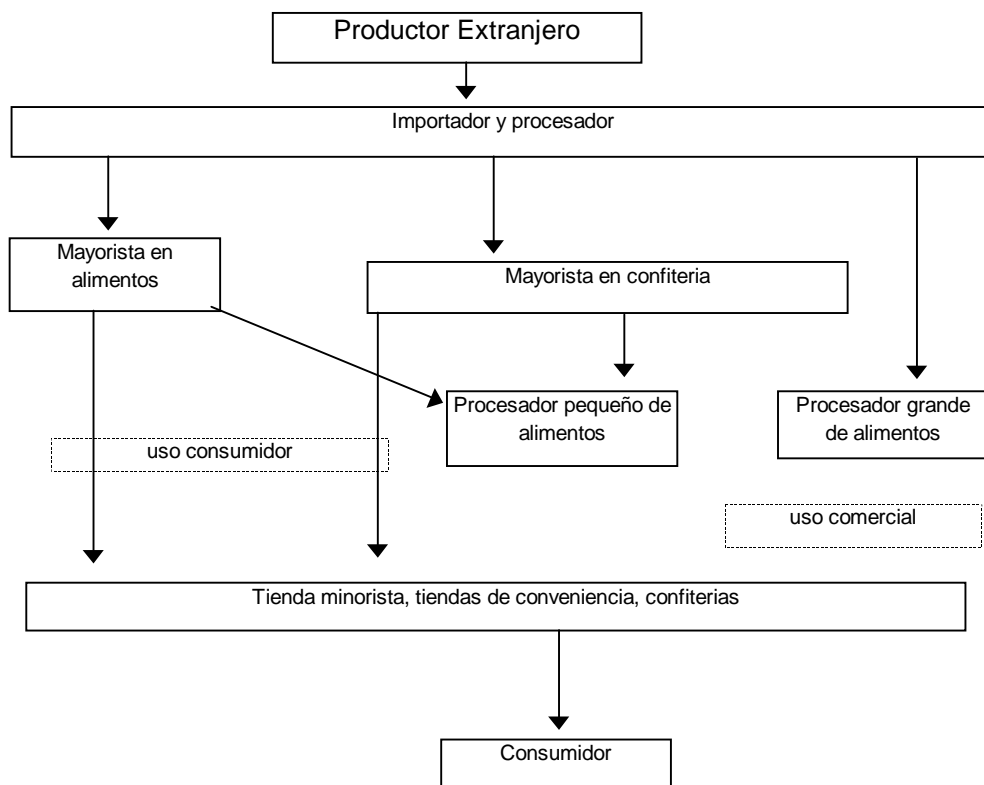
Fuente: Estudios de Mercado, "Fruta Fresca" JETRO, en <http://www.ietro.org.mx/informacion.htm> , 13, Agosto, 2006.

Específicamente la fruta seca no es distribuida directamente a los consumidores, mas bien se distribuye a procesadores de alimentos a través de canales de distribución comercial de alimentos para hacer confitería, panes y pasteles. Los productos preparados son empacados por el importador y



distribuidos por mayoristas de alimentos o por mayoristas de dulces. Estos son vendidas a los procesadores de alimentos, quienes reformulan el material en productos comerciales, los colocan en pequeños lotes y los distribuyen por los canales de venta de mayoristas de alimentos y dulces para colocarlos en el mercado detallista.

**Cuadro 7**  
**Canales de distribución para nueces y frutas secas**



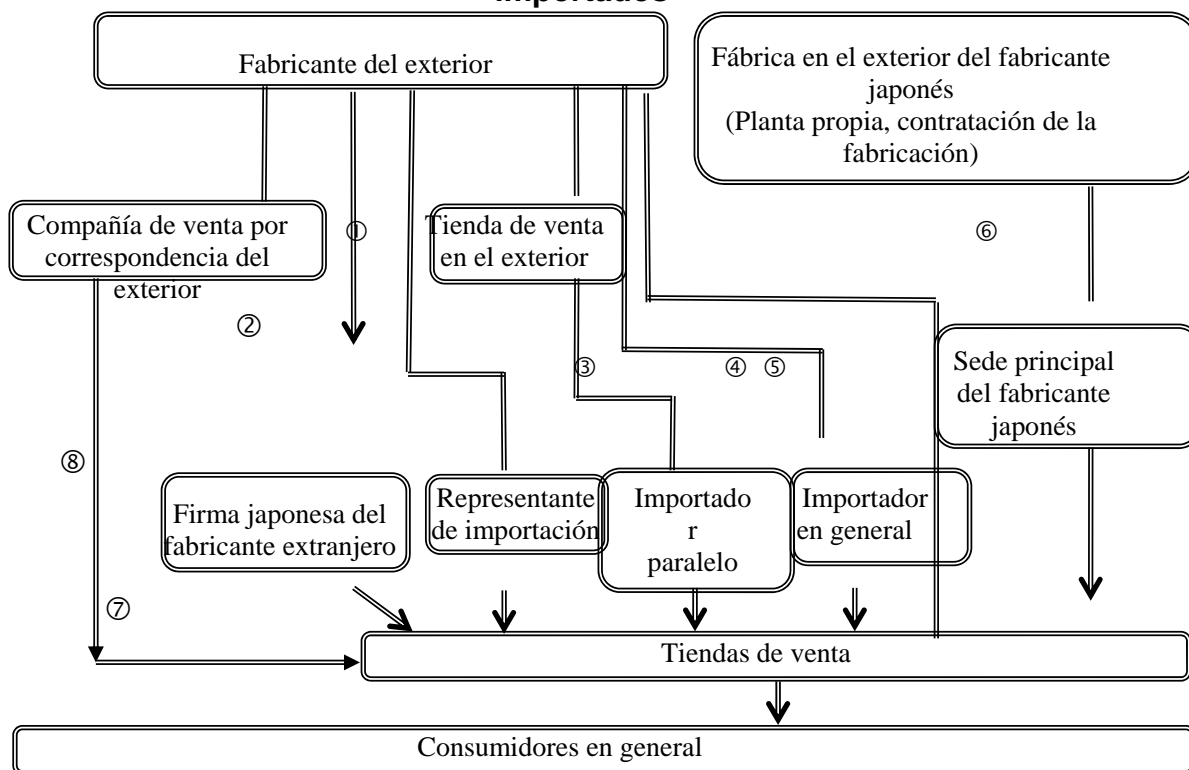
Fuente: Estudios de Mercado, "Nueces y Fruta Seca" JETRO, en <http://www.jetro.org.mx/informacion.htm> , 13, Agosto, 2006.

Tradicionalmente, la distribución e importación de los productos fabricados y procesados por los fabricantes extranjeros estaban a cargo de las firmas comerciales, representantes de importación e importadores especializados que distribuían a través de mayoristas primarios, pasaban por los mayoristas secundarios para llegar a los minoristas. En los últimos años, se ha diversificado la forma de importación al realizarse por los grandes minoristas y mayoristas, la importación inversa de las plantas de producción en el exterior de los fabricantes japoneses, la importación por los pequeños y medianos

mayoristas y minoristas, hasta la importación particular directa por los consumidores.

Especialmente por la globalización del suministro de los productos bajo la forma de importación directa desde el exterior de los productos de buena calidad y bajos precios a cargo de los minoristas, surgió la forma de distribución del producto sin pasar por los mayoristas primarios y secundarios, lo que contribuyó a simplificar y racionalizar los canales tradicionales de comercialización del Japón.

**Cuadro 8**  
**Diversas formas de importación y comercialización de los productos importados**



Fuente: Conociendo al Japón. Surgen los negocios, Guía para entrar al mercado japonés (versión general), Mipro, México, 2005

Las compañías comercializadoras ocupan un lugar importante entre las corporaciones extranjeras en sus exportaciones a Japón. Tienen una doble misión: primero, deben facilitar el flujo de comercio en su carácter de intermediarias; en segundo lugar, a fin de facilitar el flujo del comercio, desempeñan una variedad de labores que incluyen el financiamiento, la

asunción del riesgo, el desarrollo de recursos, el comercio, la organización y la inversión.

### **3.4 Normatividad y Reglamentación en Japón**

#### **3.4.1 El Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón**

México ha pasado por dos modelos de desarrollo, el primero, el estabilizador, que abarco desde la segunda guerra mundial hasta principios de los años ochenta, caracterizado por una economía protegida del exterior y la intervención del Estado en toda la actividad económica, consolidándose con un desarrollo industrial por sustitución de importaciones. El segundo modelo, el de apertura comercial, comprende de 1982 a la fecha y que fue la respuesta al agotamiento del primero, nuestro comercio se orienta al exterior, México firma el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y en Septiembre de 1986 se le acepta como miembro pero la economía mundial se estaba regionalizando y aparecían nuevas formas de proteccionismo no arancelario nuestro país se vio en la necesidad de replantear su estrategia y la negociación de acuerdos comerciales era fundamental para abrir los mercados a las exportaciones mexicanas.

Japón fue una sociedad cerrada a las influencias extranjeras durante 230 años. A partir de que se restaura la dinastía Meiji se construye un modelo de Estado liberal por la presión de occidente. Durante los años treinta, la economía de guerra fue la medida para restaurar el crecimiento después de la crisis de 1929. Para los años cincuenta comienza a gestarse el milagro económico japonés.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> León Islas, Oscar. "El acuerdo de asociación económica México-Japón: ¿Economías complementarias o convergencia de intereses?", Revista de Comercio Exterior, Abril de 2005, Vol. 55, núm. 4, México, p. 338

La política comercial de este país ha transitado de su tradicional enfoque multilateral (desde mediados de los cincuenta) a la opción regional (en los noventa) y finalmente a la bilateral de los acuerdos comerciales preferenciales (a partir de 2002), adoptando un método para seleccionar a los candidatos, y formar grupos de estudio identificando áreas de cooperación y sectores de conflicto; a partir de esto se eligió a los prospectos que implicaran ganancias para ambas partes, México fue uno de estos prospectos y Japón optó finalmente por nuestro país debido a su postura abierta al regionalismo y experiencia en la negociación de acuerdos comerciales preferenciales con las principales economías del mundo que lo convertían en plataforma para exportar a Estados Unidos y la Unión Europea.

Históricamente México ha exportado productos primarios a Japón, pero en una porción poco significativa de nuestro comercio exterior. “En 2003, las ventas de México a Japón sumaron 605.8 millones de dólares, es decir, 0.37% de un total de 165 355.20 millones de dólares. En cuanto a importaciones, las provenientes de Japón fueron 7 622.8 millones de dólares, 4.46% de las compras totales de México que ese año fueron de 170 958.20 millones de dólares.”<sup>56</sup>

En 1990, durante la visita del entonces presidente Carlos Salinas a Japón, se creó la Comisión México-Japón Siglo XXI, que permitió al país asiático un acercamiento a las negociaciones de México y Estados Unidos. Durante el gobierno de Ernesto Zedillo continuaron los contactos con el objetivo de atraer inversión directa japonesa al país. Durante la visita del presidente Vicente Fox en 2001 se convino en negociar un tratado comercial con Japón, el cual comprende los elementos de un tratado de libre comercio, además de disposiciones de cooperación económica por lo que se considera de tercera generación.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Ibid. p. 341

<sup>57</sup> Ibid. p. 344

A lo largo de más de un siglo, México y Japón han construido lazos de cooperación y amistad que decidieron reflejar en una relación económica más amplia y mutuamente provechosa, a través de la negociación del Acuerdo de Asociación Económica México-Japón (AAE).

El Acuerdo entró en vigor 1° de Abril de 2005 y nos dio acceso preferencial a países que concentran dos terceras partes de la producción mundial; en materia de acceso a mercados México negoció compromisos respecto de productos agroalimentarios en 796 líneas arancelarias, más de 99% de las exportaciones a Japón de estos productos las cuales tienen acceso preferencial<sup>58</sup>. Otras tienen acceso a mediano plazo (de 3 a 10 años) y a largo plazo (en 10 años). Es importante señalar que entre los productos que tuvieron acceso inmediato libre de arancel se encuentra el mango.

Este acuerdo brinda la oportunidad de diversificar los destinos de nuestras exportaciones y representa una importante oportunidad para materializar nuestro potencial de exportación al mercado japonés.

Por sus características geográficas, Japón se ha visto en la necesidad de importar más de la mitad de su consumo de alimentos, por lo tanto, requiere de un socio comercial que pueda brindarle calidad y variedad de productos alimenticios, y nuestro país es un gran productor de los mismos, por lo que existe un enorme potencial para incrementar nuestras ventas a Japón en este sector.

### **3.4.2. Leyes japonesas relacionadas con la Importación**

Debido a la naturaleza de nuestra investigación abarcaremos solo las Leyes relacionadas con la regulación de productos alimenticios.

Por lo menos el 40% de los alimentos consumidos en Japón son importados por lo que a fin de obtener la sanidad de los alimentos esta nación

---

<sup>58</sup> Ibidem.

ha creado normas y requisitos adecuados a sus hábitos alimenticios para asegurar la calidad de sus alimentos.

#### a) Ley de Protección de Plantas (Cuarentena vegetal)

En 1914 el gobierno japonés estableció un sistema de cuarentena vegetal cuyo objeto era impedir la entrada de enfermedades y plagas de plantas a Japón. Esta Ley demanda la inspección de todas las plantas de importación. Su propósito es contribuir a la seguridad de las plantas, a través de la exterminación y prevención de la diseminación de las plantas infectadas a través de una inspección de cuarentena.

La Ley establece que los inspectores podrán aceptar o no la importación de la mercancía, asignarán el puerto de entrada, aprobarán el Certificado de Sanidad emitido por una agencia competente del gobierno del país exportador, y dirigirán la inspección de importación. Dependiendo de los resultados de la inspección de cuarentena, los inspectores de plantas podrán ordenar a los importadores a descontaminar o deshechar la mercancía.

Esta prohibida por ley la importación de los siguientes artículos a Japón:

- ❖ Plantas infestadas por plagas o enfermedades
- ❖ Tierra y plantas a las que hay tierra adherida
- ❖ Plantas prohibidas para la importación
- ❖ Recipientes y empaques para los artículos enumerados arriba <sup>59</sup>

Todas las plantas y productos vegetales, árboles jóvenes, plantas decorativas, flores cortadas, bulbos, semillas, **frutos**, verduras, granos, frijoles, plantas o productos vegetales para uso como forraje de animales, cosechas de especias, plantas o productos vegetales para uso en medicina china, madera y otros productos están sujetos a cuarentena. <sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Estudios de mercado. Fruta fresca, Jetro México en [www.jetro.org.mx/informacion.htm](http://www.jetro.org.mx/informacion.htm), 23, Agosto, 2006.

<sup>60</sup> Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, p. 56.

## **b) Ley de Sanidad de Alimentos**

La Ley de Sanidad de Alimentos entro en vigor en 1947. Incluye una ley omnibus a todos los reglamentos relacionados con los alimentos, los aditivos para alimentos, los utensilios para comer, los recipientes de alimentos, la maquinaria para el empaque y procesamiento y juguetes infantiles.<sup>61</sup>

Las oficinas de Salud Pública de las prefecturas son responsables de la inspección de la sanidad de los alimentos y del otorgamiento de licencias para negocios. El Ministerio de Salud y Bienestar se ocupa de coordinar las políticas de las diversas prefecturas y de la planeación administrativa general para la sanidad de alimentos.<sup>62</sup>

De acuerdo a su artículo 1 “la Ley de Sanidad de Alimentos tiene por objeto la prevención de todos los riesgos para la salud ocasionados por causas biológicas, químicas o físicas, tales como envenenamiento, uso de servicio de mesa, papel de envoltura, latas, botellas y otros empaques contenedores.”<sup>63</sup> Están prohibidos los alimentos que contienen sustancias venenosas y dañinas, contaminados con microorganismos patógenos, los alimentos que pudieran ser dañinos para la salud humana debido a la contaminación con suciedad o sustancias extrañas.

El Ministerio de Salud y Bienestar esta autorizado para prohibir la venta de ciertos productos alimenticios que no se ha comprobado que son beneficiosos para la salud humana.

Después de haber pasado la inspección de cuarentena de plantas, el importador llenará y presentará una “Forma de Notificación para la importación de alimentos” junto con el Certificado de Inspección de Cuarentena de Plantas y el Certificado Fitosanitario, emitido este último por la agencia competente de

---

<sup>61</sup> Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, p. 62.

<sup>62</sup> Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, p. 102.

<sup>63</sup> Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, p. 112.

gobierno del país exportador, y demás documentos requeridos por la estación de cuarentena en el puerto de entrada.

Para agilizar el procedimiento se diseñó un sistema de monitoreo en alimentos importados en 1996, de esta manera los inspectores de cuarentena del Ministerio están conectados entre sí en línea.

### **c) Otras Leyes y Reglamentos relacionadas con la importación de Alimentos**

A continuación se enumeran algunas otras leyes que deberían revisarse antes de exportar productos alimenticios a Japón.

#### *Ley de Control de Fertilizantes*

Se debe registrar cada marca de fertilizante ante el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca.

#### *Ley de Control de Alimentos Básicos*

Regula la oferta y la demanda locales de alimentos y estabilizar los precios.

#### *Ley de Control de Sustancias Venenosas y Nocivas*

Tiene por objeto ejercer el control necesario sobre las sustancias venenosas y nocivas, dañinas para la salud pública.

#### *Ley de Comercio de Exportación e Importación*

Esta concebida para establecer un comercio de exportación e importación ordenado y permitir el desarrollo sano del comercio exterior.

#### *Ley de Medidas*

Los materiales sellados para envolver u otros recipientes especificados, están obligados a enlistar el contenido, volumen y el nombre y domicilio del fabricante (o importador). La Ley requiere que el contenido del volumen se encuentre correctamente indicado, junto con una indicación de la variación.



### 3.4.3 El proceso de importación en Japón

En lo que respecta a las importaciones de productos agrícolas, Japón ha hecho un esfuerzo para liberalizar las importaciones y ha mejorado el acceso al mercado para los principales productos agrícolas.

Los procedimientos de importación comienzan generalmente con la firma de un contrato de compraventa, o importación, entre un importador japonés y un exportador extranjero. Las etapas principales de una operación de importación incluyen la obtención de una carta de crédito para la importación, la importación efectiva del cargamento, la venta en el mercado local y el pago.

Las operaciones de importación incluyen lo siguiente:

- ❖ Firma de un contrato de importación;
- ❖ Obtención de una licencia de importación y otros documentos necesarios de acuerdo a la Ley de Control de Divisas y del Comercio Exterior;
- ❖ La expedición de una carta de crédito (C/C);
- ❖ La llegada de todos los documentos de embarque;
- ❖ Llegada, descarga y transferencia del cargamento a un área afianzada;
- ❖ El despacho aduanal;
- ❖ La recepción del cargamento;
- ❖ La entrega de este al usuario, y
- ❖ El pago.
- ❖ En la mayoría de las operaciones es también necesario obtener un contrato de transporte marítimo (aéreo), un contrato de seguro y financiamiento para la importación.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, p. 123.

### 3.4.3.1 Trámites de importación en Japón

A fin de recibir el cargamento que llega del extranjero, debe presentarse una declaración de importación a Aduanas (pago de aranceles aduaneros). El permiso para importar se otorgará una vez que se hayan finalizado las inspecciones necesarias del cargamento. Hay tres pasos principales para pasar las aduanas:

- a. La presentación de una declaración de importación
- b. La finalización de las inspecciones necesarias
- c. La obtención de un permiso de importación después de pagar los aranceles aduaneros y los impuestos locales sobre el consumo.

#### a. La presentación de una declaración de importación

Para hacer una declaración de importación, debe presentarse una forma de pago de aranceles aduaneros<sup>65</sup>, la cual se presenta después de que se ha transferido el cargamento a un recinto fiscal. Es un agente aduanal quien presenta la solicitud en nombre del importador.

A la declaración<sup>66</sup> de importación se deben anexar los documentos siguientes:

- ❖ Factura
- ❖ Certificado de origen (solo para tasas o aranceles preferenciales o cuando no puede identificarse el origen del embarque con base en los documentos)
- ❖ Declaraciones detalladas con respecto al tipo de empaque empleado, fletes, primas de seguros, etc.
- ❖ Permisos de importación u otros documentos requeridos por disposiciones legales distintas a la Ley Aduanera.
- ❖ Declaración detallada de las reducciones o exenciones fiscales.

---

<sup>65</sup> La forma de pago de aranceles debe contener los datos siguientes: descripción de los productos, cantidad y valor de los productos, origen y puerto de embarque, nombre del barco o la línea aérea en que se transporta el cargamento.

<sup>66</sup> Esta consta generalmente de 3 copias.

- ❖ Declaración del pago de impuestos.

## **b) La finalización de las inspecciones necesarias**

Cuando se presenta una declaración de importación es necesario verificar los siguientes conceptos:

- ❖ Si se han exhibido el número requerido de copias de la declaración de importación, factura y otros documentos necesarios,
- ❖ Si la información presentada es correcta;
- ❖ Si la esta es congruente con los documentos;
- ❖ Si la declaración de importación va acompañada de la documentación que confirme la posesión de permisos, aprobación u otros documentos necesarios de acuerdo con las disposiciones legales distintas a la Ley Aduanera, junto con la declaración de importación;
- ❖ Si son correctos los precios gravables del cargamento, los números apropiados de la tarifa aduanera, las tasas arancelarias, los impuestos y demás cifras de la solicitud;
- ❖ Si se hizo una declaración detallada de las reducciones o exenciones fiscales que se solicitan así como otros documentos que comprueben que el cargamento cumple con los requisitos de reducción o exención fiscal.

El proceso de revisión se divide en “revisión preliminar” y “revisión posterior”. La revisión preliminar cubre cuestiones relacionadas con la aceptación de la entrega del cargamento, tales como la confirmación de los permisos de importación, la aprobación u otros documentos requeridos por disposiciones legales distintas de la Ley Aduanera. Durante la revisión posterior se aclaran las dudas relacionadas con el pago de impuestos.

Uno de los objetivos de la inspección de importación es asegurar el pago de los aranceles aduaneros apropiados y de los impuestos locales sobre el consumo. Se logra lo anterior confirmando que la información de la declaración de importación y el contenido real del cargamento sean iguales.

### **c) La obtención de un permiso de importación**

La autoridad aduanera expide un permiso de importación una vez que se determina que la declaración de exportación está legalmente en orden y cuando el cargamento y la información presentada en la declaración son idénticos. Deben también pagarse los aranceles aduaneros y los impuestos locales sobre el consumo, los artículos que se importan no deben ser prohibidos, deben presentarse todos los permisos, aprobación u otros documentos necesarios cuando los productos estén controlados por otras disposiciones legales distintas a la Ley Aduanera, las etiquetas que lleven los productos no deben falsear su origen.

#### **3.4.3.2 El despacho aduanero**

Los pasos del despacho pueden resumirse como sigue:

- a) El importador o una agente aduanal que represente al importador, presenta la declaración de importación (pago de aranceles aduanales) y otros documentos necesarios en la oficina de aduanas.<sup>67</sup>
- b) La oficina de aduanas revisa la declaración y en caso de ser necesario se inspecciona el cargamento. Se expide un permiso de importación en caso de que se haya cumplido con los siguientes requisitos:
  - ❖ El pago del impuesto sobre el consumo en aduanas.
  - ❖ En caso de que los artículos que se están importando estén restringidos por cualquier otra disposición legal, debe presentarse prueba de que se han cumplido las restricciones que rigen a los artículos importados.
  - ❖ Los artículos que se están importando no debe ser prohibidos.
  - ❖ Los artículos que se están importando no deben tener etiquetas que falseen su origen.

---

<sup>67</sup> Esta forma debe incluir el nombre de cada artículo que se importa, la cantidad, el precio, la tasa de impuesto, etc., del artículo y otra información necesaria con la inclusión de la factura.

### 3.4.3.3. Procedimiento de importación de alimentos

Ya hemos visto de manera general los trámites y requisitos para la importación a Japón pero es necesario conocer el procedimiento, leyes, impuestos y regulaciones específicas para alimentos, procedimiento dentro del cual se encuentra nuestro producto, el mango deshidratado, el cual tiene que cumplir lo que a continuación describiremos.

En primera instancia debemos conocer la fracción arancelaria que usaremos para la importación en Japón.

**Cuadro 9**  
**Fracción arancelaria y tasa de arancel para alimentos**

Código HS	Descripción	Tasa de Arancel (%)			
		General	OMC	Preferencial	Temporal
<b>0801</b>	Cacao, nueces del brasil y castañas, frescas o secas con o sin cascara				
[11] y 19	Coco	6.0%	4.5%		Exento
[21] y 22	Nueces de Brasil	4.0%	(4.5%)		Exento
[31] y 32	Castañas	Exento	Exento		
<b>0802</b>	Otras nueces, secas o frescas, con o sin cáscara				
[11] y 12	Almendras:				
-100	1 Almendras agrias	Exento	(Exento)		
-200	2 Almendras dulces	4.0%	3.2%	2.4%	*Exento
[21] y 22-000	Avellanas ( <i>Corylus spp.</i> )	10.0%	8.0%		Exento
[31] y 32-000	Nueces de nogal	10.0%	(15%)		
40-000	Castañas ( <i>Castanea spp.</i> )	16.0%	(12.8%)		
50-000	Pistaches	Exento	(4.5%)		
0802.90	Otros:				
-100	1 Nueces de betel	Exento	(Exento)		
-200	2 Nueces de Macadamia	5.0%	(8.5%)	3%	* Exento
-300	3 Nuez	5.0%	(6.8%)		
-400	4 Otros	20.0%	16.0%		
0803. 00-200	Plátanos, incluyendo secos	6.0%	4.5%		Exento
0804. 10-000	Dátiles	Exento	(Exento)		
20-090	Higos deshidratados	10.0%	8.0%	5%	* Exento
30-090	Piña deshidratada	12.0%	9.6%	7.2%	* Exento
50-090	Guayabas, Mangos, incluyendo secos	6.0%	4.5%		Exento
0806. 20-000	Uvas secas	2.0%	1.6%		
<b>0813</b>	Fruta seca, mezcla de nueces y frutas secas				
10-000	Duraznos	15.0%	12.0%		
20-000	Ciruela pasa	4.0%	3.2%		
30-000	Manzanas	15.0%	12.0%		
40-010	Moras	12.0%	(12%)		
-21	Papayas, pawspaws, durians, bilim bis champeder, jackfruit, breadfruit, rambutan rose apple jambo, jambosa diambo-kaget, chicozapote,, chirimoya, sugar-apples bullocks heart, fruta de la pasión, dookoo kokosan litchis		11.3%	7.5%	* Exento
-22	Caquis, secos		12.0%		
-29	Otras frutas		12.0%		
813.5	Mezcla de nueces o frutas secas de este capítulo				
-10	Mezcla conteniendo más de 50% de peso que una sola nuez o fruta seca constituyente	10.0%	8.0%		
-90	Otras	20.0%	16.0%		

Fuente: [www.jetro.org.mx/informacion.htm](http://www.jetro.org.mx/informacion.htm), Estudios de mercado. Fruta fresca, Jetro México, 2006

El mango deshidratado cae en la fracción 0804.50-090, tiene una arancel general de 6.0% para todos los países que no son parte de la OMC, una arancel de 4.5% para países miembros de la OMC y se encuentra exento de pago de arancel para los países con los cuales tiene tasa preferencial, caso en el que se encuentra nuestro país.

Lo primero que se debe hacer es, en el momento que llega el embarque, presentar una declaración de importación a Aduanas, es decir el pago de aranceles por medio de lo que aquí llamamos pedimento de importación; este se presenta después de que la mercancía se transfiera a un recinto fiscal junto con los documentos que ya hemos enumerado.<sup>68</sup>

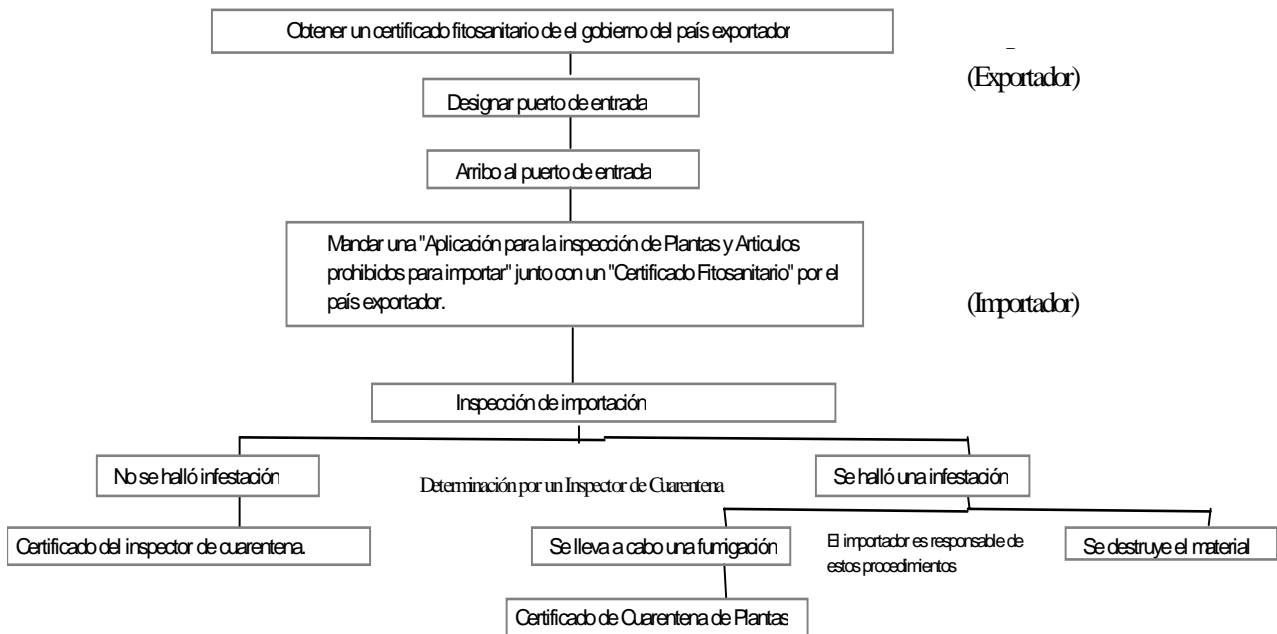
Para obtener el permiso para importar nuestro producto debemos primero finalizar las inspecciones necesarias.

La importación de mango deshidratado o seco está sujeta a regulaciones de la Ley de Protección de Plantas, la cual indica que las importaciones de este producto deberán estar acompañadas por un certificado fitosanitario expedido por la agencia de gobierno competente de nuestro país (La Secretaria de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural en este caso). Es necesario mandar este certificado con una Aplicación para la Inspección de Plantas y Artículos Prohibidos Para Importar, a la estación de Protección de Plantas, donde un inspector de cuarentena de plantas, inspeccionará el embarque en busca de plantas o pestes dañinas. La siguiente gráfica nos da un panorama general de este tipo de procedimientos:

---

<sup>68</sup> La factura, certificado de origen, permisos o documentos que se requieran por disposiciones legales distintas a la Ley Aduanera, declaración de exenciones fiscales y pago de impuestos, etc.

**Cuadro 10**  
**Procedimiento para la Cuarentena de Plantas Importadas a Japón**



Fuente: [www.jetro.org.mx/informacion.htm](http://www.jetro.org.mx/informacion.htm), Estudios de mercado. Fruta fresca, Jetro México, 2006.

Una vez que el embarque ha pasado la inspección de cuarentena de plantas hay que notificar al Ministerio de Salud y bienestar<sup>69</sup>, mediante una “Forma de notificación de importación de alimentos” la cual se presenta en la Estación de Cuarenta del Ministerio que se encuentran en los puertos y aeropuertos.

El Ministerio tomaran la decisión de hacer pruebas o una revisión en caso necesario, después de evaluar los siguiente: si se ha violado cualquiera de las disposiciones anteriormente mencionadas, el historial de importación de un concepto de cargamento en particular, si la autoridad aduanera ha informado sobre alguna violación, si la información con relación a los aspectos sanitarios del cargamento es apropiada o insuficiente, así como la información proporcionada por el país exportador.<sup>70</sup>

<sup>69</sup> Se debe notificar cada vez que se desee importar algún tipo de alimento, para que las autoridades inspeccionen los productos y vean que cumplan con los requisitos gubernamentales japoneses

<sup>70</sup> Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, p. 64.

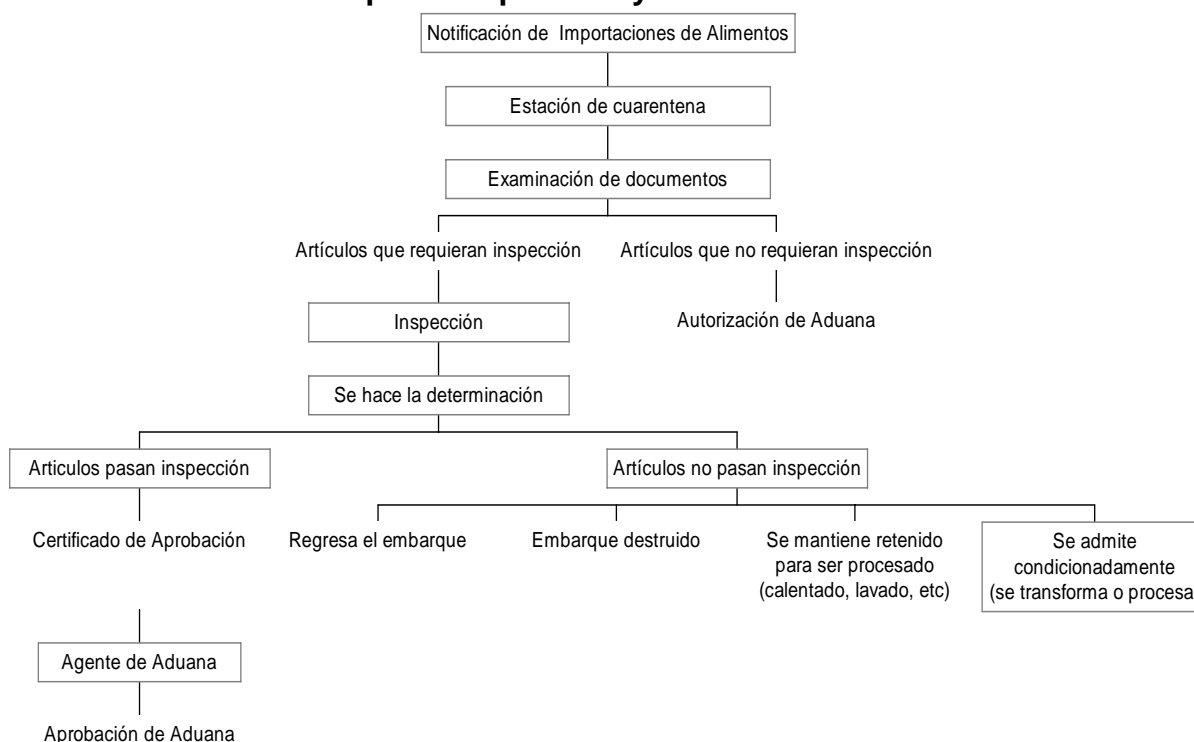
Aquellos productos que no están en conformidad con la revisión que realiza el Ministerio se rechazan en ese momento; aquellos que no requieren revisión pueden continuar con el despacho aduanal.

Los cargamentos que han violado la Ley de Sanidad se retienen en un almacén afianzado y, después de recibir el aviso, el importador los regresará al puerto de embarque, los destruirá o llevará a cabo los procedimientos necesarios. De manera simultánea se notificará a la oficina de Aduanas que el cargamento viola la Ley y que no puede ingresar al país.

En este tipo de frutas se inspecciona si hay presencia de aditivos, pero es importante tener conocimiento que podrían requerirse otras inspecciones.

La siguiente gráfica muestra un diagrama de flujo de los procesos requeridos por la Ley de Sanidad de Alimentos.

**Cuadro 11**  
**Exámenes requeridos por la Ley de Sanidad de Alimentos**



Fuente: [www.jetro.org.mx/informacion.htm](http://www.jetro.org.mx/informacion.htm), Estudios de mercado. Fruta fresca, Jetro México, 2006.

Una vez que se ha pasado esta segunda inspección la autoridad competente deberá otorgar un certificado de aprobación y la aduana correspondiente otorgará la aprobación de aduana (permiso de importación)



después de determinar que la declaración de exportación está legalmente en orden, que la información presentada y el cargamento son idénticos, cuando se han pagado los aranceles aduaneros e impuestos locales y las etiquetas no falsean el origen del producto.

#### **3.4.4. Requisitos de transportación, empaque y embalaje**

##### **3.4.4.1 Mercado y etiquetado**

Para los japoneses es muy importante mantener la calidad de los productos para así aumentar su confiabilidad. El uso de las normas de calidad ha mejorado el control de la misma en los procesos de manufactura y distribución y ayuda a proteger al consumidor.

“La Ley sobre la Estandarización de Productos Agrícolas y Forestales y Racionalización de las Etiquetas de Calidad”, se conoce como “Ley de Normas Agrícolas Japonesas, o la Ley JAS”. Esta determina normas y establece reglas para el etiquetado de la calidad y para poner la marca JAS.

En la actualidad, este sistema se ha convertido en la base para la confianza del consumidor en los alimentos procesados y provee instrucciones para hacer la selección de los mismos, de ahí la importancia de cumplir con esta norma.

La lista de productos JAS cubre a los siguientes artículos: Bebidas, productos alimenticios procesados, aceites y grasas, así como productos agrícolas y forestales hechos de materias primas agrícolas y forestales y relacionadas con la pesca.<sup>71</sup>

Es importante señalar que el uso de la esta marca en las etiquetas es voluntario y no hay ninguna presión legal para garantizar que los productos se

---

<sup>71</sup> Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, p. 63.

ajustan a ella. Los productos deben ser evaluados por un tercero para utilizarla.

Actualmente las plantas de los fabricantes extranjeros pueden calificar bajo JAS y ser fabricas aprobadas y certificadas para poner la marca en sus productos.

Las marcas difieren ligeramente de un artículo a otro. El diseño básico es la palabra JAS con un círculo alrededor de la misma, algunas marcas están rodeadas por información como el nombre del producto, el nombre de la organización de calificación registrada que lo inspecciono y el grado del artículo.

**Gráfica 5**  
**Logotipo de la marca JAS**



Fuente: Jetro México, El Mercado Japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003.

El Ministerio de Agricultura, Sicultura y Pesca establece las normas para el etiquetado de alimentos y las hace valer para todos los fabricantes e importadores.

Las etiquetas de calidad deben incluir:

- 1) El nombre del producto
- 2) Las materias primas usadas(incluyendo los aditivos)
- 3) El contenido neto
- 4) Fecha limite que se considera para consumir el producto
- 5) Nombre y dirección del fabricante o importador

La información se anotará de acuerdo con un formato específico. Las etiquetas para productos importados deben incluir también el nombre del país de origen.

De acuerdo a las regulaciones de la Ley de Sanidad de Alimentos y la Ley de Medidas, el etiquetado específico para las frutas secas o deshidratadas, en este caso el mango deshidratado, deben tener los siguientes datos en el exterior de la envoltura en un lugar visible:

- ❖ Nombre del producto
- ❖ Fecha de procesado, fabricación e importación o fecha de caducidad en caso de que las de fabricación e importación no se sepan.
- ❖ Nombre y domicilio del negocio o del importador
- ❖ Nombre de aditivos, si aplica
- ❖ Contenido del volumen (especificado como lo indica la Ley de Medidas)
- ❖ Instrucciones sobre el uso y preservación correcta<sup>72</sup>

#### **3.4.4.2. Transportación**

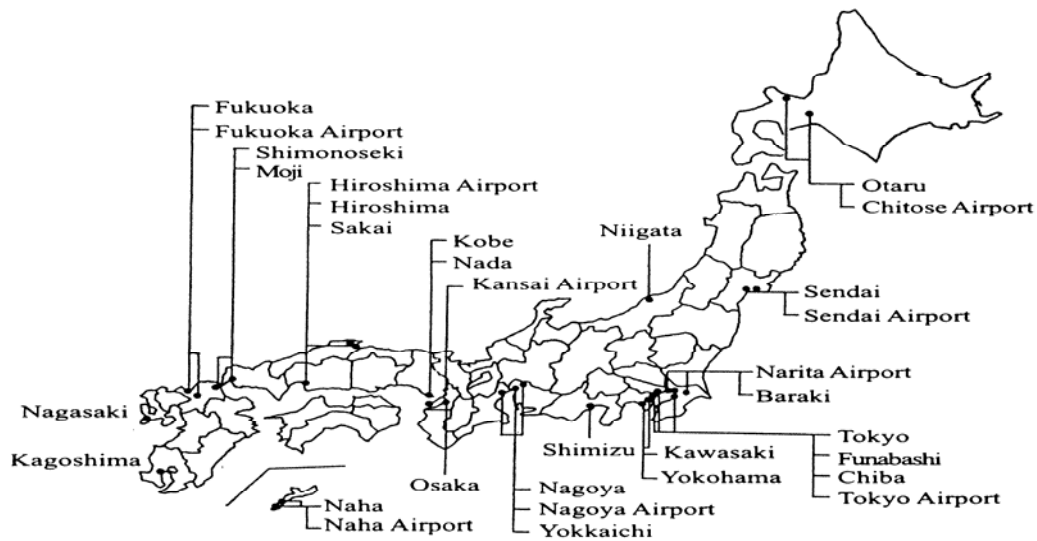
Como ya mencionamos para los alimentos importados a Japón es necesario presentar la Forma de Notificación de Importación de Alimentos a la estación de Cuarentena, por lo que el puerto al que se envíe el embarque deberá contar con esta estación.

Todos los aeropuertos y puertos importantes de Japón tienen estaciones de cuarentena y cualquiera de esos puertos de entrada puede realizar la inspección sanitaria.

---

<sup>72</sup> Estudios de Mercado, Nueces y fruta seca, Jetro México., 2003, p. 35.

Gráfica 6



Fuente: Guía para Alimentos Importados, 100 Preguntas y respuestas sobre alimentos importados, Japan External Trade Organization, México, 1997, p. 118 .

El barco es el transporte mas adecuado para el tipo de producto que se exportará, en este caso no es necesario utilizar refrigeradores, lo que constituye una ventaja para el exportador. El tiempo que toma transportar cargamento por barco a Japón se encuentra entre 14 y 30 días dependiendo del puerto de salida. Al calcular el tiempo es necesario considerar además del tiempo real de transporte, el tiempo para desembarcar, para pasar por aduana y cumplir con los trámites respectivos.

## CAPÍTULO IV MARCO LEGAL Y FINANCIAMIENTO A LA EXPORTACIÓN

### 4.1. Normatividad y reglamentación mexicanas

Nuestro país tiene una política basada en la apertura comercial, con el ingreso de México al GATT en 1986 y a la OMC en 1995 se ha beneficiado el desarrollo económico permitiendo una mayor captación de divisas e inversión extranjera directa.

Los intercambios de mercancías, servicios y propiedad intelectual relacionados con el comercio entre México y los mercados externos están regulados por un conjunto de leyes y normas, entre las que destacan la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, las leyes emanadas del Congreso de la Unión, los reglamentos de las mismas emitidos por el Ejecutivo Federal y los diversos decretos en la materia.

La reglamentación en materia de comercio exterior y derecho económico de nuestro país se desprende del artículo 131 de la Constitución estableciendo que: “Es facultad de la Federación gravar las mercancías que se importen y exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aún prohibir, por motivos de seguridad o de policía, la circulación en el territorio de la República de toda clase de efectos, cualquiera que sea su procedencia; pero sin que la misma Federación pueda establecer ni dictar en el Distrito Federal, los impuestos y leyes que expresan las fracciones VI y VII del artículo 117<sup>73</sup>. El Ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación, expedidas por el propio Congreso, y para crear otras, así como para restringir y para prohibir las importaciones, las exportaciones y el tránsito de productos, artículos y efectos, cuando lo estime

---

<sup>73</sup> Art. 117 Los Estados no pueden en ningún caso:

VI. Gravar la circulación, ni el consumo de efectos nacionales o extranjeros, con impuestos o derechos cuya exacción se efectúe por aduanas locales, requiera inspección o registro de bultos o exija documentación que acompañe la mercancía;

VII. Expedir ni mantener en vigor leyes o disposiciones que importen diferencias de impuestos o requisitos por razón de la procedencia de mercancías nacionales o extranjeras, ya sea que estas diferencias se establezcan respecto de la producción similar de la localidad, o ya entre producciones semejantes de distinta procedencia.

urgente, a fin de regular el comercio exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional, o de realizar cualquier otro propósito en beneficio del país. El propio Ejecutivo, al enviar al Congreso el presupuesto fiscal de cada año, someterá a su aprobación el uso que hubiese hecho de la facultad concedida”<sup>74</sup>.

#### **4.1.1 Fuentes del Comercio Exterior Mexicano**

El Comercio exterior implica la regulación detallada de los bienes y servicios que entran y salen del territorio nacional, por lo que son innumerables las leyes que regulan el intercambio de bienes en nuestro país. Tenemos las más importantes a continuación.

##### **a) Ley de Comercio Exterior**

Esta Ley tiene como objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población. También regula las facultades del Ejecutivo en materia de aranceles, importaciones y exportaciones, conducción de negociaciones comerciales internacionales, y facultades de la Secretaría de Economía relacionadas con las reglas de origen de las mercancías, prácticas desleales de comercio internacional y mecanismos de promoción de las exportaciones. De igual forma, establece medidas de regulación y restricción no arancelarias como permisos previos, cupos, marcado del país de origen, normas oficiales mexicanas, etc.

##### **b) Ley Aduanera**

Esta Ley regula la entrada al territorio nacional y salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen y el despacho

---

<sup>74</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ediciones Delma, México, 2006, p. 129.

aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o salida de mercancías. La Ley Aduanera señala básicamente:

- ❖ Concesiones y autorizaciones en materia aduanera;
- ❖ Documentación necesaria para importar y exportar mercancías;
- ❖ Entrada, salida y control de mercancías;
- ❖ Derechos y obligaciones;
- ❖ Atribuciones del Ejecutivo Federal en materia aduanera;
- ❖ Impuestos, derechos, regulaciones y restricciones no arancelarias relacionadas con el comercio exterior; Regímenes aduaneros;
- ❖ Exenciones y franquicias;
- ❖ Agentes aduanales, apoderados aduanales, mandatarios y dictaminadores aduaneros;
- ❖ Valor en aduana de las mercancías;
- ❖ Embargo, infracciones y sanciones;
- ❖ Recursos administrativos.

### **c) Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación**

La Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE) clasifica las mercancías y determina los impuestos al comercio exterior o sus exenciones, tanto a la importación como a la exportación.

Esta se conforma de dos artículos, en el artículo 1º se encuentra la Tarifa compuesta por la nomenclatura o Código del Sistema Armonizado, la descripción de la nomenclatura, las unidades de medida para cada Código y las columnas impositivas tanto a la importación como a la exportación; en el artículo 2º se establecen las Reglas Generales y las Complementarias para la aplicación de la Tarifa.

Existen también otras Leyes fiscales que regulan la entrada y salida de mercancías del territorio nacional como son: Código Fiscal de la Federación, Ley de Ingresos de la Federación, De Impuesto al Valor Agregado, De Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, De Impuesto Sobre la Renta, Federal de Derechos.

También hay otras que no tiene el carácter de fiscales pero que regulan las relaciones internacionales de nuestro país con los mercados externos, entre ellas podemos mencionar La de Propiedad Industrial, La Ley Federal de Competencia Económica, de Protección al Comercio Exterior y la Inversión de Normas extranjeras que contravengan el derecho Internacional, sobre celebración de tratados.

A este respecto es importante conocer la fundamentación jurídica de la celebración de los acuerdos o tratados internacionales de nuestro país la cual descansa en el Artículo 133 de la Constitución Política:

“Art. 133. Esta constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados y que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del Senado, serán la Ley Suprema de toda la Unión. Los jueces de cada estado se arreglarán a dicha Constitución, leyes y tratados, a pesar de las disposiciones en contrario que pueda haber en las constituciones o leyes de los estados”<sup>75</sup>. De este modo los tratados adquieren el carácter de Ley Suprema y pasan a formar parte del sistema jurídico mexicano.

El artículo 89, fracción X, señala las facultades del Presidente para dirigir la política exterior y celebrar tratados internacionales, pero de acuerdo al artículo 76, fracción I, es el Senado quien está facultado para aprobar los tratados internacionales que celebre el Ejecutivo.

#### **4.1.2 El proceso de Exportación en México**

La Ley Aduanera regula entre otras cosas la entrada y salida de mercancías del territorio nacional y el despacho aduanero. Es importante señalar el proceso de exportación en nuestro país a fin de dar a conocer los trámites y requisitos necesarios para exportar mercancías.

---

<sup>75</sup> Ibid p. 112



El Artículo 35 de la Ley Aduanera define el despacho aduanero de la siguiente manera: “Para los efectos de esta Ley, se entiende por despacho el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento, 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”<sup>76</sup>.

El art. 36 de esta Ley menciona los documentos necesarios para importar o exportar.

“Art. 36. Quienes importen o exporten mercancías están obligados a presentar ante la aduana, por conducto de agente o apoderado aduanal, un pedimento en la forma oficial aprobada por la secretaría. En los casos de las mercancías sujetas a regulaciones y restricciones no arancelarias cuyo cumplimiento se demuestre a través de medios electrónicos, el pedimento deberá incluir la firma electrónica que demuestre el descargo total o parcial de esas regulaciones o restricciones. Dicho pedimento se deberá acompañar de:

II. En exportación:

- a) La factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- b) Los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, que se hubieran expedido de acuerdo con la Ley de Comercio Exterior, siempre que las mismas se publiquen en el Diario Oficial de la Federación y se identifiquen en términos de la fracción arancelaria y de la nomenclatura que les corresponda conforme a la tarifa de la Ley del Impuesto General de Exportación”<sup>77</sup>;

---

<sup>76</sup> Comercio Exterior 2006, Ediciones Fiscales ISEF, S.A., México, 2006, p.89

<sup>77</sup> Ibidem.

También es de importancia conocer como se efectúa el despacho de las mercancías, el cual esta contemplado en artículo 38 de esta Ley: “El despacho de las mercancías deberá efectuarse mediante el empleo de un sistema electrónico con grabación simultánea en medios magnéticos, en los términos que el Servicio de Administración Tributaria establezca mediante reglas...”

Conforme al artículo 43 de la citada Ley “Una vez elaborado el pedimento y efectuado el pago de las contribuciones y cuotas compensatorias determinadas por el interesado, se presentarán las mercancías con el pedimento ante la autoridad aduanera y se activará el mecanismo de selección automatizado que determinará si debe practicarse el reconocimiento aduanero de las mismas. En caso afirmativo, la autoridad aduanera efectuará el reconocimiento ante quien presente las mercancías en el recinto fiscal. Concluido el reconocimiento, se deberá activar nuevamente el mecanismo de selección automatizado, que determinará si las mercancías se sujetarán a un segundo reconocimiento. () Si no se detectan irregularidades en el reconocimiento () que den lugar a embargo precautorio de las mercancías, se entregarán éstas de inmediato. Tratándose de la exportación de mercancías por aduanas de tráfico marítimo, no será necesario presentar las mercancías ante el mecanismo de selección automatizado, siempre que las mercancías se encuentren dentro del recinto fiscal o fiscalizado, por lo que en caso de que el mecanismo de selección automatizado determine que deba practicarse el reconocimiento aduanero, éste deberá efectuarse en el recinto correspondiente”<sup>78</sup>.

Una vez liberado del segundo reconocimiento las mercancías pueden ser despachadas.

---

<sup>78</sup> Ibid. p. 112

## 4.2. Modalidades de pago y financiamiento internacionales

La actividad exportadora es una importante fuente de divisas, tanto en productos frescos como en la parte agroindustrial.

México se ha mantenido en el mundo como décimo exportador de productos agroalimentarios, según la Organización Mundial de Comercio (OMC), siendo primer lugar en la exportación de aguacate, brócoli, cebolla, garbanzo, **mango**, papaya, pimiento, pepino y sandía; segundo en limón, melón, chiles, coliflor, tomate, espárrago, espinacas y Nueces; y tercer lugar en ajo, berenjena, calabaza, café verde, fresa, miel, piña y uva, respecto al volumen exportado en el año 2004.<sup>79</sup>

Buena parte de este impulso exportador se debe a la organización más productiva en el campo, así como a la integración y fortalecimiento de las cadenas agroalimentarias que se han venido desarrollando en los últimos años.

El PIB agropecuario, de silvicultura y pesca, reportó un crecimiento de 7.6% en términos reales y a tasa anual en el segundo trimestre de 2006, como consecuencia de la mayor superficie sembrada del ciclo primavera-verano y de la cosechada en ambos ciclos (primavera-verano y otoño-invierno), lo que se tradujo en un incremento en la producción de cultivos como ajonjolí, **mango**, chile verde, maíz forrajero, maíz, uva, caña de azúcar, manzana, tabaco, aguacate, sandía y trigo, entre otros.<sup>80</sup>

Por su parte las exportaciones agroalimentarias y pesqueras de México al mundo incrementaron un 14 % al pasar 10,388 millones de dólares en 2004 a 11,856 mmd. en 2005.<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, ¿Que es ASERCA?, *Sagarpa, México, 2006, p12.*

<sup>80</sup> INEGI

<sup>81</sup> Banco de México

**Cuadro 12**  
**Producto Interno Bruto del Sector Agropecuario\*/**  
**(Miles de millones de pesos a precios de 1993)**

AÑO	Total		Agricultura		Ganadería		Silvicultura		Pesca	
	PIB	VAR.%	PIB	VAR.%	PIB	VAR.%	PIB	VAR.%	PIB	VAR.%
1990	69.60	5.60	48.50	7.70	15.80	1.70	3.30	-2.80	2.00	4.30
1991	7.12	2.30	48.90	0.80	17.10	8.10	3.30	-1.00	2.00	-0.10
1992	70.50	-1.00	48.10	-1.70	17.30	1.60	3.30	0.70	1.80	-7.80
1993	72.70	3.10	49.70	3.30	17.80	2.80	3.10	-5.10	2.10	13.70
1994	72.80	0.20	50.30	1.20	17.20	-3.20	3.20	1.80	2.10	1.80
1995	74.20	1.80	52.00	3.50	16.80	-2.30	3.00	-6.90	2.30	10.20
1996	77.00	3.80	54.60	4.90	16.80	-0.30	3.20	6.50	2.50	4.70
1997	77.10	0.20	54.40	-0.20	16.90	0.50	3.40	6.90	2.40	-2.00
1998	79.40	3.00	56.40	3.60	17.40	2.90	3.50	4.60	2.10	-12.10
1999	80.60	1.50	56.80	0.80	18.00	3.30	3.60	2.90	2.20	3.80
2000	80.90	0.40	56.30	-1.00	18.60	3.40	3.90	6.30	2.20	0.60
2001	85.70	5.90	60.50	7.50	19.30	3.80	3.60	-5.80	2.30	5.60
2002	84.90	-0.90	59.50	-1.70	19.70	2.40	3.40	-6.20	2.30	-1.10
2003	88.20	3.80	61.90	4.10	20.10	2.00	3.50	1.50	2.70	15.30
2004	91.00	3.20	64.00	3.30	20.80	3.40	3.70	5.50	2.60	-3.30
Promedio 1990- 2004**/	78.40	100.00	54.80	69.90	18.00	22.90	3.40	4.30	2.20	2.90

\*/Corresponde al Valor Agregado Bruto, en Valores Básicos por Rama y Grupos de Actividad Económica.

\*\*/ Las cifras ubicadas en las columnas de variación porcentual corresponden a la participación relativa de cada rama en el total del sector primario.

Nota: Variaciones porcentuales respecto al año anterior.

Fuente: Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera, SAGARPA, con información del INEGI. (sitio del INEGI en Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)), 20, Enero, 2007.

En el primer trimestre del 2006 México presentó un superávit de 536 millones de dólares en la balanza comercial agroalimentaria y pesquera con el Mundo, cuando en el mismo período de 2005 había un déficit de 19 mdd.<sup>82</sup>

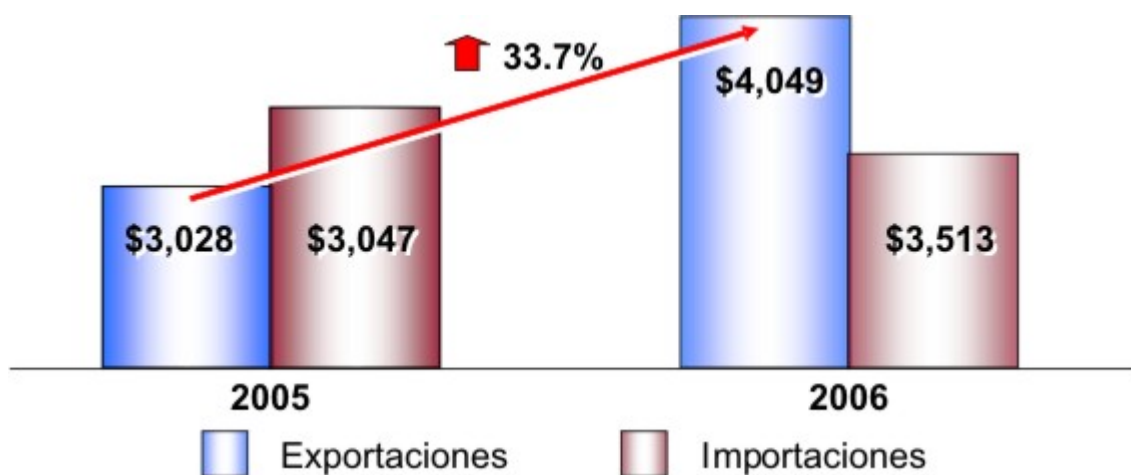
Las exportaciones agroalimentarias y pesqueras totales ascendieron a 4,049 mdd, lo que significó un incremento de 33.7 % respecto al 2005. Por su parte, el valor de las importaciones agroalimentarias y pesqueras totales de enero a marzo de 2006 fue de 3,513 mdd, 15.3 % superior al registrado en el mismo periodo del año anterior. Los productos que destacaron fueron tomate, otras legumbres y hortalizas frescas, cerveza, tequila y mezcal, bovinos vivos,

<sup>82</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria ASERCA, *México, 2006*, p23.

aguacate, frutas y frutos comestibles, azúcar, artículos de confitería sin cacao, productos de panadería y cítricos.<sup>83</sup>

Gráfica 7

### Importaciones y Exportaciones Agroalimentarias y Pesqueras 2005-2006



Fuente: Elaborado por ASERCA con datos de Banco de México.  
Nota: Cifras de enero a marzo en ambos años.

No obstante, es necesario diversificar aun más la oferta exportable, así como los mercados destino de las exportaciones aprovechando las ventajas arancelarias de los Tratados y Acuerdos Comerciales, por otro lado promover la articulación de la actividad productiva con la comercialización nacional e internacional de productos agroalimentarios, lo cual deberá reflejarse en márgenes de comercialización eficientes y en un precio equitativo pagado al productor. Por otro lado ofrecerle al consumidor productos de calidad a un mejor precio.

Es necesario potenciar este ramo de actividad y lograr que los productores mexicanos entren a los mercados internacionales con el nivel de competitividad requerido, a fin de posicionar a México como uno de los principales proveedores de productos agropecuarios a nivel mundial, facilitar el acceso de estos productos a los mercados nacional e internacional, a través de apoyos en promoción, asesoría, capacitación, certificación y acceso a instrumentos financieros, para hacerlos más competitivos, y facilitar la

<sup>83</sup> Op.cit. p. 36

integración de sus procesos de comercialización a nivel nacional e internacional.

Existen en México diversas instituciones financieras de fomento a las exportaciones, las cuales ofrecen una gran variedad de opciones a los exportadores, de las cuales podemos elegir la más acorde a nuestras necesidades, como la banca de fomento la cual esta integrada por las siguientes instituciones:

#### **4.2.1. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA)**

Es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), creado a través de un decreto presidencial del 16 de abril de 1991, con el propósito de contar con un instrumento para el impulso a la comercialización de la producción agropecuaria en beneficio de los productores del campo, de frente a la apertura externa y la liberación de los mercados.

Dos son sus funciones básicas: la primera cubre el ámbito del fortalecimiento de la comercialización agropecuaria, la cual se realiza a través de apoyos fiscales a la comercialización de granos y oleaginosas, que se otorgan sobre una base selectiva y localizados regionalmente; fomento de mecanismos de mercado y diseño de esquemas de negociación entre productores y compradores; estímulos al uso de coberturas de riesgos de precios; generación y difusión de información de mercados e identificación y promoción de exportaciones.

La segunda función consiste en operar y administrar el Programa de Apoyos Directos al Campo (PROCAMPO), que tiene una importancia central en el nuevo esquema de desarrollo agropecuario del país, al transferir directamente la ayuda gubernamental como ingreso de los productores, de los cuales la mayoría son de escasos recursos, sin diferenciar los mercados. Para ello se lleva a cabo la integración del directorio de predios y productores; se elabora la normatividad correspondiente ciclo por ciclo; se registran, en cada año, más de cuatro millones de solicitudes de reinscripción y se emiten pagos a

tres millones de productores, cubriendo una superficie cercana a los 14 millones de hectáreas.

#### **4.2.2. Banco Nacional de Comercio Exterior Bancomext (BANCOMEXT)**

BANCOMEXT se fundó en junio de 1937 y tiene como misión impulsar el crecimiento de las empresas mexicanas, principalmente pequeñas y medianas e incrementar su participación en los mercados globales, ofreciendo soluciones integrales que fortalezcan su competitividad y fomenten la inversión, a través del acceso al financiamiento y a otros servicios financieros y promocionales. Cuenta con diversos servicios de apoyo y promoción a las exportaciones como son Servicios financieros, Servicios de promoción y Crediexporta.

##### **4.2.2.1 Servicios de financiamiento**

Dentro de los servicios financieros que ofrece están los de a) Tesorería, b) Fiduciario y avalúos, c) Fondos de inversión y capital de riesgo, d) Cartas de crédito, e) Banca de inversión y f) Garantías.

**a) Tesorería** ofrece diferentes tipos de servicios como son el servicio de compra-venta de títulos y valores en el mercado de dinero con alternativa de inversión en plazo y tipo de emisor; inversiones en US dólares para aquellos clientes que estén interesados en ampliar o diversificar sus inversiones a través de depósitos bancarios y mediante operaciones de compraventa de instrumentos en US dólares; ofrece también el servicio de compraventa de dólares a futuro (forwards) que consiste en un contrato para intercambiar (comprar o vender) US Dólares contra Pesos en una fecha futura y a un tipo de cambio establecido en la fecha de concertación de la operación. Es un instrumento flexible ya que se puede contratar, dependiendo de nuestras necesidades, plazos que van de 28 a 365 días, facilitando la planeación financiera en un ámbito de certeza, además ofrece asesoría financiera especializada proporcionando información de los mercados financieros para la toma de decisiones.

**b) Fiduciario y avalúos Bancomext** ofrece estos servicios para la constitución de mandatos, fideicomisos y comisiones mercantiles, a fin de apoyar la operación de distintos proyectos u otorgar garantía crediticia para la bursatilización de cartera. Del mismo modo otorga becas que fomentan la capacitación y especialización en temas relacionados con el comercio exterior. También lleva a cabo avalúos que permiten establecer el valor real de bienes muebles e inmuebles en una fecha determinada para la formalización de operaciones de compraventa.

**c) Fondos de Inversión de Capital de Riesgo**, el capital de riesgo es la aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa con el fin de optimizar sus oportunidades de negocio e incrementar su valor, aportando con ello soluciones a los proyectos de negocio, compartiendo el riesgo y los rendimientos donde el inversionista capitalista busca una asociación estrecha y de mediano plazo con los accionistas originales.

**d) Carta de Crédito** es un instrumento de pago, mediante el cual un banco (banco emisor) asume el compromiso escrito por cuenta y orden de una persona física o moral (comprador) a favor de un tercero (vendedor) de pagar una suma de dinero o de aceptar letras de cambio a favor del vendedor, ya sea en sus cajas o a través de otro banco (banco notificador / confirmador), contra la presentación de documentos relativos a la venta de mercancías o prestación de servicios, los cuales deben cumplir estricta y literalmente con los términos y condiciones estipulados en la Carta de Crédito.<sup>84</sup>

Bancomext actúa como banco emisor, para el caso de Cartas de Crédito de Importación o Domésticas, o como banco notificador o confirmador para las Cartas de Crédito de Exportación, tramitando las operaciones dentro de un plazo de 24 horas, siempre y cuando estén cumplidas las condiciones necesarias para el manejo de estas operaciones.

La Carta de Crédito Comercial está regulada internacionalmente por el documento titulado Reglas y Usos Uniformes Relativos a los Créditos

---

<sup>84</sup> Fuente: Bancomext, Servicios Financieros, Cartas de crédito en <http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=3&category=578&document=1302>, 6, Diciembre, 2006.



Documentarios; editado por la Cámara Internacional de Comercio, folleto 500, revisión 1993, que unifica los criterios y provee certeza en cuanto a la forma de llevar a buen fin dichas operaciones.

Entre las ventajas que ofrece una Carta de Crédito para el vendedor (exportador) y para el comprador (importador) se encuentran:

**Cuadro 12**  
**VENTAJAS DE LA CARTA DE CREDITO**

EXPORTADOR	IMPORTADOR
REDUCE LA NECESIDAD DE VERIFICAR EL CRÉDITO DEL COMPRADOR	ESTÁ SEGURO DE QUE LOS DOCUMENTOS EXIGIDOS EN LA CARTA DE CRÉDITO SERÁN EXAMINADOS POR EXPERTOS
EL EXPORTADOR EVALÚA EL CRÉDITO DEL BANCO EMISOR O CONFIRMADOR, NO DEL ORDENANTE	TIENE LA CERTEZA DE QUE EL PAGO AL VENDEDOR SE EFECTUARÁ ÚNICAMENTE CUANDO CONCUERDEN LOS DOCUMENTOS CON LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA CARTA DE CRÉDITO
CONOCE PERFECTAMENTE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES A CUMPLIR PARA OBTENER SU PAGO	PUEDA OBTENER FINANCIAMIENTO DE SU BANCO PARA CUBRIR EL IMPORTE DE LA CARTA DE CRÉDITO, CON LO CUAL DIFIERE EL PAGO POR LA COMPRA/IMPORTACION DE MERCANCÍAS Y/O SERVICIOS QUE ESTÁ REALIZANDO

Fuente: Bancomext, Servicios Financieros, Cartas de crédito en <http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=3&category=578&document=1302>, 6, diciembre, 2006.

Existen las cartas de crédito de importación, cartas de crédito domésticas, cartas de crédito por obligación de pago y las cartas de crédito de exportación, el flujo de operación para todas ellas es el mismo.

❖ *Flujo de operación de las cartas de crédito*

1. Las Cartas de Crédito derivan de operaciones comerciales previamente acordadas entre compradores y vendedores. Una vez que las partes han definido las características técnicas de la operación, firman un contrato de compra-venta o levantan un pedido o una orden de compra, en donde claramente se estipula que la forma de pago se realizará mediante una Carta de Crédito irrevocable, pagadera contra documentos de embarque.

2. Con la información previamente acordada con su contraparte, el comprador se dirige a su banco local (banco emisor) y le da instrucciones para que emita una Carta de Crédito a favor de la empresa vendedora / exportadora (beneficiario), misma que deberá enviar a su banco corresponsal (banco notificador/confirmador) en el país del vendedor vía télex contraseñado o SWIFT autenticado, dirigida al Departamento de Cartas de Crédito.

3. Una vez recibida la Carta de Crédito en el banco notificador/confirmador, después de revisar que el texto de la misma se ajusta a la práctica internacional para manejo de Cartas de Crédito, la entrega al vendedor/exportador.

4. Tan pronto como el vendedor recibe la Carta de Crédito y encuentra que puede cumplir con todos los términos y condiciones ahí estipulados, procede a despachar las mercancías.

5. Posteriormente, el vendedor entrega al banco notificador/confirmador los documentos probatorios del envío de la mercancía, solicitados en el texto de la Carta de Crédito.

6. Cuando el banco notificador/confirmador certifica que los documentos cumplen estricta y literalmente con los términos estipulados en la Carta de Crédito, procede de la siguiente manera:

- solicita los recursos correspondientes al banco emisor
- efectúa pago al vendedor/exportador
- envía al banco emisor los documentos solicitados en la Carta de Crédito para su posterior entrega al comprador y retiro de la aduana correspondiente.

❖ *Requisitos para las cartas de crédito de exportación*

Para Cartas de Crédito de Exportación no es necesario cubrir requisito alguno. El exportador únicamente debe solicitar al importador que la Carta de Crédito Irrevocable, y de preferencia Confirmada, sea enviada por el banco extranjero.

El pago a estas empresas se realiza puntualmente, una vez que los documentos presentados cumplen con los términos y condiciones establecidos.

❖ *La Forma de Pago*

La Carta de Crédito deberá indicar claramente la forma en que ésta le será pagada al beneficiario (vendedor/exportador), misma que puede ser:

A LA VISTA: Contra la presentación de documentos que cumplan con los términos y condiciones de la Carta de Crédito.

CON PAGO DIFERIDO: Al vencimiento del plazo convenido entre comprador y vendedor.

CON PLAZO PROVEEDOR O ACEPTACION: Al vencimiento de la (s) letra (s) de cambio aceptada (s) por el banco emisor/confirmador.

❖ *Requisitos para cartas de crédito de importación y domésticas*

Bancomext ofrece el servicio de Cartas de Crédito de Importación a la comunidad de comercio exterior, sin límite de monto, de acuerdo con los siguientes requisitos:

- 1) Entregar debidamente requisitada la Solicitud de Emisión de Carta de Crédito Irrevocable (Formato F10) proporcionada por Bancomext, misma que deberá ser entregada personalmente o electrónicamente en cualquiera de nuestros Centros Bancomext.
- 2) El solicitante debe cubrir el 100% del valor de la operación, ya sea mediante un depósito en efectivo o a través de una línea de crédito otorgada por Bancomext, previo análisis de crédito.
- 3) Cubrir el importe de la comisión, sólo si aplica.

Bancomext emite Cartas de Crédito de Importación y domésticas en 24 horas, a partir de la entrega de su solicitud completa y en orden. Se ofrecen tanto a acreditados de Bancomext, con cargo a su línea, como a no acreditados, mediante pago anticipado.

❖ *Cartas de crédito por obligación de pago*

Éstas pueden ser de tres formas:

**IRREVOCABLE:** Sólo puede ser modificada o cancelada con acuerdo de todas las partes involucradas.

**NOTIFICADA:** El banco emisor (del importador / comprador) tiene la obligación de pagar, y el banco del vendedor/exportador le paga a éste hasta recibir los fondos del banco emisor.

**CONFIRMADA:** El banco del vendedor / exportador se adhiere al compromiso de pago del banco emisor ante el exportador

**e) La Banca de inversión** que ofrece BANCOMEXT consiste en el diseño y la estructuración de esquemas alternativos de servicios y financiamiento para el desarrollo de proyectos tanto nacionales como internacionales, utilizando esquemas de ingeniería financiera que permitan: la incorporación de empresas mexicanas en actividades de comercio exterior; el fortalecimiento de las que ya participan y la internacionalización de empresas mexicanas.

La ventaja principal del servicio de Banca de Inversión es que las operaciones de empresas y/o proyectos estructurados con técnicas de ingeniería financiera tienen acceso a recursos que no sería posible de manera tradicional, ya que se hace factible la identificación y la asignación adecuada de los diversos riesgos de una operación entre los diferentes participantes, contribuyendo así a generar estructuras financieras más competitivas para las empresas.

**e) Garantías** entre los diversos mecanismos financieros y promocionales establecidos por Bancomext para apoyar el comercio exterior, se encuentran también las garantías comúnmente utilizadas para fomentar y apoyar la actividad exportadora.

Estas garantías cubren a la comunidad exportadora y bancaria nacional contra los riesgos de falta de pago de los créditos otorgados desde la etapa del ciclo productivo hasta la comercialización de un bien o servicio de exportación.

Así, Bancomext ofrece dos tipos de garantías:

❖ Las **garantías financieras**, que se canalizan a través de la banca comercial, y que contribuyen a que los bancos otorguen a los exportadores nacionales recursos destinados a capital de trabajo, a ventas de exportación y a proyectos de inversión, colaborando con la incorporación de un mayor número de pequeñas y medianas empresas a la cadena productiva destinada a la exportación, se ofrecen exclusivamente a través de los bancos comerciales. Su objetivo es cubrir a la banca comercial la posibilidad de falta de pago de su acreditada, sin importar si el fondeo de los recursos proviene de Bancomext o de cualquier otra fuente.

❖ **Garantía Líquida para el Impulso de las Empresas Exportadoras (GLIEX)** su objetivo es que se canalicen más recursos de corto plazo al financiamiento de la producción y las ventas orientadas a la exportación, y de largo plazo para proyectos de inversión que incrementen la capacidad exportadora de las empresas.

Se cubre entre el 50% y el 70% de créditos canalizados a empresas exportadoras, directas o indirectas, cuya calificación de cartera sea A o B. Todos los sectores podrán ser apoyados por la GLIEX, con la excepción de los productos primarios.

El monto máximo de exposición para Bancomext no podrá exceder de un millón de dólares para corto plazo, ni de dos millones de dólares para largo plazo.

Para que un banco comercial pueda comenzar a cubrir sus operaciones, es necesario que firme el Contrato Marco de Garantía Líquida para el Impulso de las Empresas Exportadoras (GLIEX) con Bancomext.

❖ Las **garantías de riesgo político o de Post-embarque**, que se canalizan directamente a las empresas exportadoras, y que coadyuvan a crear un entorno de certidumbre de cobro de sus ventas al extranjero, cubriendo la posibilidad de falta de pago de sus compradores. Con el fin de ofrecer los servicios para las empresas en una sola ventanilla, Bancomext ha establecido un Mandato a través del cual Seguros Bancomext, S.A. de C.V., ofrece al público estas garantías, por cuenta y orden de Bancomext.

Las garantías de riesgo político de Bancomext se ofrecen a empresas exportadoras directas. Su objetivo es cubrir a la empresa de la posibilidad de falta de pago de su comprador en el extranjero por motivos políticos.

Esta garantía protege a las empresas exportadoras de la falta de pago por parte del importador debido a riesgos políticos ocurridos en el país de destino de las mercancías, una vez que éstas fueron recibidas por el comprador.

Al cubrir la pérdida neta que el exportador sufre por dicho incumplimiento, la garantía de post-embarque impulsa a las empresas mexicanas para concretar ventas en los mercados internacionales.

Se cubre hasta 90% del crédito del valor de la factura de exportación, y se ofrece a las empresas a través de una ventanilla única, compartida con Seguros Bancomext.

#### **4.2.2.2 Servicios de promoción**

Estos servicios incluyen eventos internacionales, promoción de oferta exportable, agendas de negocios en el exterior, lista de canales de distribución, estudios de mercado-canales de distribución, oportunidades comerciales y nichos de mercado.

##### **a) Servicio de Promoción de Oferta Exportable**

Este servicio consiste en la difusión, entre posibles importadores, de la oferta exportable de una empresa, mediante catálogos, lista de precios y

muestras, proporcionándole un informe detallado de las acciones realizadas, así como recomendaciones sobre los pasos por seguir.

#### **b) Servicio de Agendas Individuales de Negocios en el exterior**

Las Agendas Individuales de Negocios consisten en la organización en el exterior de entrevistas confirmadas con importadores. Las Agendas se desarrollan como parte de los viajes al exterior de productores o exportadores mexicanos en forma individual o dentro de una misión comercial, teniendo como destino los mercados donde Bancomext tiene alguna oficina de representación.

#### **c) Servicio de investigación de Canales de Distribución**

La Investigación de Canales de Distribución Producto-País consiste en proporcionar al exportador mexicano información relativa a los canales de distribución existentes<sup>85</sup> en un mercado determinado, con el fin de facilitar la introducción de sus productos o servicios a ese Mercado.

#### **d) Servicio de investigación de Mercado Producto-País**

Estudio que contiene el análisis de posibilidad de exportación de un producto a un mercado determinado, incluyendo las recomendaciones sobre las acciones por seguir para incursionar en éste.

BANCOMEXT, ha instrumentado el esquema de Proyectos de Exportación con orientación sectorial, los cuales constituyen el eje rector de la actividad promocional y tienen como fin orientar a nuestros clientes hacia los mercados con mayor potencial de compra de sus productos.

Los proyectos incluyen productos mexicanos que se encuentran en los primeros lugares del ranking de exportación mundial, además de que se realizó

---

<sup>85</sup> Potenciales distribuidores, agentes, importadores, mayoristas, etc.

un análisis de las ventajas comparativas y competitivas de México en más de 180 países con el fin de determinar los nichos con mayores posibilidades de participación

#### 4.2.2.3 Crediexporta

El servicio de Crediexporta cuenta con las siguientes vertientes: capital de trabajo, proyectos de inversión, avales y garantías, crédito comprador.

##### a) Capital de trabajo

Son aquéllos créditos otorgados por Bancomext para apoyar las necesidades financieras que tienen las empresas para llevar a cabo sus actividades productivas relacionadas con las exportaciones mexicanas.

Dichos apoyos financieros se canalizan hacia diferentes sectores como:

- ❖ La **Producción** en Compra de materias primas, insumos, partes, ensambles; pago de gastos de producción directos: sueldos de la mano de obra directa, materiales y combustibles necesarios para la transformación y pago de energía y otros servicios que se integren al costo directo de producción.
- ❖ **Inventarios** Acopio o mantenimiento de inventarios de materias primas, productos semiterminados o terminados.
- ❖ **Ventas** Se financia el plazo de pago que las empresas conceden a sus clientes.
- ❖ **Importación** Compra de materias primas, insumos y partes importadas que se incorporen a productos semiterminados y terminados y establecimiento y negociación de Cartas de Crédito.

Dichos créditos pueden ser solicitados por: empresas y personas físicas que sean exportadores; proveedores de exportadores, esto es que provean insumos, servicios o bienes intermedios o finales, que se incorporen a productos o servicios de exportación; empresas generadoras de divisas y sus proveedores; empresas que sustituyan importaciones; empresas mexicanas



que importan materias primas, insumos o componentes para sus procesos de producción destinada al mercado nacional.

Crediexporta puede financiar a las personas físicas y morales:  
Hasta el 100% del costo de producción y adquisición de insumos importados, ó  
Hasta el 70% del valor de los pedidos, ó  
Hasta el 90% de las facturas, para operaciones menores de un año.

El financiamiento se otorga en:

**Dólares** para quienes facturen sus operaciones mercantiles a esa moneda, o bien que cuenten con cobertura cambiaria.

**Moneda Nacional** para operaciones no referenciadas a dólares que no cuenten con cobertura cambiaria.

Los plazos para el otorgamiento del crédito se dan en dos modalidades:

**Líneas de crédito revolventes** con vigencia de hasta tres años, en las que cada disposición se establecerá, de acuerdo a los flujos de efectivo de la empresa, hasta 360 días.

**Crédito simple** con plazo de hasta cinco años, con amortizaciones periódicas mensuales, trimestrales o semestrales, de acuerdo a las características y necesidades del cliente.

Para poder tramitar el crédito CREDIEXPORTA, es necesario contactar a ejecutivos de Bancomext, con quien se diseñará el esquema de apoyo financiero que mejor se adapte a nuestras necesidades, al tiempo de presentar formalmente la solicitud de crédito, la respuesta para los recursos del crédito solicitado son de un máximo de 48 horas hábiles posteriores a la fecha en que el cliente presenta la solicitud de disposición de recursos.

## **b) Proyectos de inversión**

Son créditos otorgados por Bancomext para apoyar el crecimiento y la modernización de la planta productiva, así como el desarrollo de nuevos proyectos productivos dentro de la cadena productiva de exportación.

Estos apoyos financieros se canalizan hacia diferentes sectores como:

- ❖ **Adquisición de maquinaria, equipo y, en general**, activos fijos para la producción, empaque y distribución de bienes o servicios (bodegas) de origen nacional o importada.
- ❖ **Proyectos de inversión** para la implantación, adecuación, ampliación o modernización de instalaciones productivas y bodegas de almacenamiento.
- ❖ **Proyectos turísticos** en centros con afluencia de extranjeros.
- ❖ **Construcción y equipamiento** de naves industriales para venta o arrendamiento a empresas extranjeras en México, maquiladoras y/o exportadoras y
- ❖ **Financiamiento** de contratos de arrendamiento de naves industriales de largo plazo.

Dichos créditos pueden ser solicitados por: empresas y personas físicas que sean exportadores; proveedores de exportadores, que provean insumos, servicios o bienes intermedios o finales, que se incorporen a productos o servicios de exportación; empresas generadoras de divisas y sus proveedores; empresas mexicanas en sus operaciones de importación de maquinaria, equipo y en general bienes de capital; desarrolladores de proyectos turísticos hoteleros e inmobiliarios en zonas de alta afluencia extranjera.

Crediexporta puede financiar a las personas físicas y morales:

Hasta el 50% del importe del proyecto, tratándose de empresas y proyectos de nueva creación.

Hasta el 85% del importe del proyecto, en el caso de modernizaciones o ampliaciones de empresas en marcha.

El financiamiento se otorga bajo los mismos términos que en capital de trabajo, en Dólares y Moneda Nacional.

Los plazos para el otorgamiento del crédito van de hasta 10 años, en función a los flujos del proyecto y a la vida útil del equipo adquirido. Es factible otorgar un periodo de gracia durante la etapa preoperativa del proyecto.

Se ejecutan los mismos pasos para poder tramitar el crédito Crediexporta, y el tiempo de respuesta es igual, un máximo de 48 horas hábiles posteriores a la fecha en que el cliente presenta la solicitud de disposición de recursos.

### **c) Crediexporta avales y garantías**

Son mecanismos de apoyo otorgados por Bancomext que respaldan compromisos de pago que las empresas asumen en la realización de sus actividades productivas o comerciales relacionadas con la exportación como:

- ❖ **Avales** para: emisión de Cartas de Crédito Stand By, de esa forma garantizar el cumplimiento de pagos u obligaciones de hacer y no hacer; y garantizan parcialmente el pago de capital o intereses de una emisión de títulos en mercados bursátiles, a fin de mejorar su calificación.
- ❖ **Garantías de Riesgo Político** garantía de postembarque, que cubre el incumplimiento de pago de sus compradores en el extranjero por motivos políticos; garantía BERD, por las cartas de crédito establecidas en operaciones de exportación a países de Europa Central, del Este y Asia Central.

Dichos créditos pueden ser solicitados por las empresas y personas físicas que sean exportadores; proveedores de exportadores, que provean insumos, servicios o bienes intermedios o finales, que se incorporen a productos o servicios de exportación; empresas generadoras de divisas y sus proveedores; empresas que sustituyan importaciones; empresas mexicanas que importan materias primas, insumos o componentes para sus procesos de producción destinada al mercado nacional.

Crediexporta financia en cartas de crédito Stand By o emisión de Bond's hasta el 100% del monto requerido y en avales para emisiones bursátiles hasta

el 60% del valor presente de los flujos descontados de las colocaciones, incluyendo capital e intereses.

El financiamiento se otorga bajo los mismos términos que en Capital de trabajo y proyectos de inversión en dólares y Moneda Nacional.

Los plazos para el otorgamiento del crédito van en función de las características propias de la operación y del flujo de recursos esperado.

Se ejecutan los mismos pasos para poder tramitar el crédito CREDIEXPORTA Avaless y Garantías.

#### **d) Crédito comprador**

Es el producto financiero que permite al exportador mexicano realizar sus ventas de contado en Latinoamérica y el Caribe, ya que Bancomext le paga en México y le da financiamiento a sus clientes a través de un banco acreditado en el país de éstos, así, el exportador elimina el riesgo que implica otorgar un financiamiento al recibir su pago de contado; asimismo, evita la carga financiera de conceder un plazo proveedor y le permite ofrecer sus productos a precios más competitivos al recibir su pago de inmediato. Este servicio no tiene costo para el exportador.

Para obtener el crédito comprador, debe existir un contrato de compraventa entre un exportador mexicano y un importador latinoamericano, no veremos a detalle este tipo de crédito ya que esta dirigido a Latinoamérica y nuestro estudio esta enfocad a Japón.

#### **4.2.3. Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA)**

Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, FIRA, son cuatro fideicomisos públicos constituidos por el Gobierno Federal y administrados por el Banco de México desde hace 50 años. El objetivo de FIRA es otorgar crédito, garantías, capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología al sector rural y pesquero del país. Opera fundamentalmente como banca de

segundo piso, con patrimonio propio y coloca sus recursos a través de la banca privada y otros Intermediarios Financieros, tales como:

- ❖ Uniones de Crédito
- ❖ SOFOLES
- ❖ Arrendadoras Financieras
- ❖ Almacenes Generales de Depósito
- ❖ Agentes PROCREA
- ❖ Empresas de Factoraje

FIRA pretende ser una agencia para el desarrollo competitivo e integral de los sectores rural y pesquero del país.

Tiene la misión de crear valor en las redes productivas de los sectores rural y pesquero, con criterios de eficiencia y rentabilidad, a través del desarrollo de los mercados financieros, de tecnología y servicios. FIRA, como entidad financiera gubernamental, se ha caracterizado por apoyar el desarrollo de mercados financieros completos en el sistema agroalimentario y en la economía rural a través de:

- ❖ Incrementar la oferta de servicios financieros.
- ❖ Disminuir la percepción de riesgo de inversión.
- ❖ Articular a los agentes económicos.
- ❖ Ofrecer mejores alternativas de desarrollo a la población de localidades rurales.
- ❖ Incrementar las capacidades tecnológicas y empresariales.

Actualmente, se estima que uno de cada tres pesos de financiamiento al sector agroalimentario en México proviene de FIRA. Su experiencia en el manejo de proyectos productivos y la modernización de nuevos instrumentos financieros que integran un modelo de negocios enfocado a las necesidades de

financiamiento de cada cliente, hacen de FIRA una alternativa de financiamiento para el sistema agroalimentario y la economía rural del país.<sup>86</sup>

#### **4.2.4 Nacional Financiera (NAFIN)**

Tiene un carácter de institución de banca de desarrollo y presta el servicio público de banca y crédito con sujeción a los objetivos y prioridades del Plan Nacional de Desarrollo y del Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo, promueve y financia los sectores que le son encomendados por su propia Ley Orgánica.<sup>87</sup> Uno de sus objetivos es promover el ahorro y la inversión así como canalizar apoyos financieros y técnicos al fomento industrial y en general, al desarrollo económico nacional y regional del país.

Entre los servicios que ofrece se encuentran:

- ❖ Promoción, gestión y puesta en marcha de proyectos por sectores en distintas zonas del país y que propicien el aprovechamiento de los recursos de cada región;
- ❖ Promoción, guía y coordinación de la inversión de capitales;
- ❖ Promoción del desarrollo tecnológico, capacitación, asistencia técnica e incremento de la productividad;
- ❖ Es agente financiero del Gobierno Federal en lo relativo a la negociación, contratación y manejo de créditos del exterior que tengan como objetivo fomentar el desarrollo económico;
- ❖ Realiza estudios económicos y financieros que permiten determinar los proyectos de inversión prioritarios, para promover su realización entre inversionistas potenciales;
- ❖ Propicia el aprovechamiento industrial de los recursos naturales inexplorados o poco explotados;

---

<sup>86</sup> Meré Palafox, José Francisco, “Reglas de operación de los programas con Subsidio para el fomento tecnológico”, Fideicomisos Instituidos con Relación a la Agricultura, FIRA, Publicaciones, México, 2002, p. 35.

<sup>87</sup> López Olguín, Manuel, Sistema financiero mexicano internacional, UNAM-FES Acatlán, México, 2005, p. 124

- ❖ Fomenta la reconversión industrial, la producción de bienes exportables y la sustitución eficiente de importaciones;
- ❖ Promueve el desarrollo integral del mercado de valores;
- ❖ Propicia acciones conjuntas de financiamiento y asistencia con otras instituciones de crédito, fondos de fomento, fideicomisos, organizaciones auxiliares de crédito y con los sectores social y privado;

#### **4.2.5 Tasas de Interés Nacionales e internacionales**

##### a) Tasas de interés nacionales

- ❖ Certificados de la Tesorería (CETES).

Son el instrumento de deuda bursátil más antiguo emitido por el gobierno Federal. Se emitieron por primera vez en enero de 1978 y desde entonces constituyen un pilar fundamental en el desarrollo del mercado de dinero en México.

Estos títulos pertenecen a la familia de los bonos cupón cero, esto es, se comercializan a descuento (por debajo de su valor nominal) no devengan intereses en el transcurso de su vida y liquidan su valor nominal en la fecha de vencimiento.

Se pueden emitir a cualquier plazo siempre y cuando su fecha de vencimiento coincida con un jueves o la fecha que sustituya a este en caso de que fuera inhábil. En la actualidad se emiten y colocan a plazos de 28 y 91 días.

**Cuadro 13**  
**Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES)**  
**Unidad de Medida: Tasas anualizadas.**  
**Año 2000 al 2006**  
**A 28 días**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Enero</b>	16.19	17.89	6.97	8.27	4.95	8.6	7.88
<b>Febrero</b>	15.81	17.34	7.91	9.04	5.57	9.15	7.61
<b>Marzo</b>	13.66	15.8	7.23	9.17	6.28	9.41	7.37
<b>Abril</b>	12.93	14.96	5.76	7.86	5.98	9.63	7.17
<b>Mayo</b>	14.18	11.95	6.61	5.25	6.59	9.75	7.02
<b>Junio</b>	15.65	9.43	7.3	5.2	6.57	9.63	7.02
<b>Julio</b>	13.73	9.39	7.38	4.57	6.81	9.61	7.03
<b>Agosto</b>	15.23	7.51	6.68	4.45	7.21	9.6	7.03
<b>Septiembre</b>	15.06	9.32	7.34	4.73	7.36	9.21	7.06
<b>Octubre</b>	15.88	8.36	7.66	5.11	7.76	8.91	7.05
<b>Noviembre</b>	17.56	7.43	7.3	4.99	8.2	8.71	7.04
<b>Diciembre</b>	17.05	6.29	6.88	6.06	8.5	8.22	7.04
<b>PROMEDIO</b>	<b>15.24</b>	<b>11.31</b>	<b>7.09</b>	<b>6.23</b>	<b>6.82</b>	<b>9.20</b>	<b>7.19</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar>, 21, Enero, 2007.

**Gráfica 8**  
**Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES)**  
**A 28 días**



Fuente: Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar>, 21, Enero, 2007.



❖ Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE)

Son las tasas que cobran los bancos y otros intermediarios financieros por los créditos otorgados a personas físicas o morales.

**Cuadro 14**  
**Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE)**  
**Unidad de Medida: Tasas anual.**  
**Año 2000 al 2006**  
**A 28 días**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Enero</b>	18.55	18.62	7.97	9.14	5.36	8.97	8.41
<b>Febrero</b>	18.15	18.12	8.99	9.91	5.79	9.47	7.97
<b>Marzo</b>	15.77	17.28	8.47	9.96	6.49	9.78	7.68
<b>Abril</b>	14.74	16.36	6.85	8.58	6.17	10.01	7.51
<b>Mayo</b>	15.92	14.09	7.73	5.92	6.95	10.12	7.32
<b>Junio</b>	17.44	11.64	8.42	5.79	7.02	10.01	7.33
<b>Julio</b>	15.13	11.1	8.34	5.3	7.11	10.01	7.31
<b>Agosto</b>	16.62	9.29	7.61	4.97	7.5	9.98	7.3
<b>Septiembre</b>	16.77	10.95	8.37	5.05	7.78	9.65	7.31
<b>Octubre</b>	17.38	10.34	8.67	5.6	8.05	9.41	7.31
<b>Noviembre</b>	18.64	8.9	8.33	5.35	8.6	9.17	7.3
<b>Diciembre</b>	18.39	7.94	8.26	6.4	8.93	8.72	7.34
<b>PROMEDIO</b>	<b>16.96</b>	<b>12.89</b>	<b>8.17</b>	<b>6.83</b>	<b>7.15</b>	<b>9.61</b>	<b>7.51</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar>, 21, Enero, 2007.

**Gráfica 9**  
**Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE)**  
**A 28 días**

Finanzas públicas e indicadores monetarios y bursátiles - Indicadores bursátiles y financieros - Tasas de int bancarias - Tasa de interés interbancaria de equilibrio (TIIE) - A 28 días



Fuente: Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar>, 21, Enero, 2007.

❖ Tasas de Interés Bancomext (Tasas de interés para créditos de Primer Piso)

La Tasa de interés que se aplica a los créditos se establece en función de los siguientes factores:

- Historial crediticio de la empresa
- Estructura financiera de la empresa ejemplo:
  - Apalancamiento
  - Rentabilidad
  - Liquidez
- Riesgo del sector en el que está catalogada la empresa.
  - Ejemplo: Sector primario (riesgo alto)
- Riesgo de mercado: Considerando el riesgo que representa el mercado destino de las exportaciones de la empresa.
  - Ejemplo, no representa el mismo riesgo exportar a Estados Unidos que a Venezuela.

A la tasa de referencia se le adiciona la sobretasa de mercado y el costo de riesgo:

- La Sobretasa de Mercado oscila entre 1.00 hasta 2 p.p.
- El costo de riesgo esta en función de su calificación de cartera:

A = 1 p.p.

B = 2 p.p.

C = 4 p.p.

**Cuadro 15**  
**COMPOSICIÓN DE TASA PARA CRÉDITO DE CORTO PLAZO**

Tasa Base	Sobre Tasa Fija	ISR*	Sobre Tasa de Mercado	Costo de riesgo	Tasa al cliente
5.30	1.00	0.325	1.50	1.50	9.62

TASA LIBOR a 360 días al 22 de Enero de 2007 = 5.3%  
\*Se adiciona el Witholding Tax (5.152% sobre LIBOR+Sobre Tasa Fija)  
Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior

La Tasa de interés que se aplica a los créditos se establece en función del plazo del crédito:

- *Corto Plazo*: Se pueden otorgar en un rango que va desde 9.5% hasta 11% dependiendo de los factores mencionados en el cuadro 15.

Se considera Corto plazo para períodos inferiores a 2 años.

- *Largo Plazo*: Se pueden otorgar en un rango que va desde 10.5% hasta 13% dependiendo de los factores mencionados en la primer lámina.

Se considera Largo plazo para períodos superiores a 2 años.

Las líneas de crédito tienen una vigencia de 4 años, con revisiones anuales

#### b) Tasas de Interés Internacionales

##### ❖ Prime Rate.

Es la tasa de interés que aplican los bancos estadounidenses a sus clientes más selectos. También se llama tasa prima o tasa preferencial. Se encuentra entre las tasas de referencia más ampliamente usadas en el escenario de las líneas de finanzas de crédito y tasas de tarjetas de crédito. Es un importante índice usado por lo bancos para emitir tasas sobre muchos productos de préstamo al consumidor.

Cuadro 15

**Bank Prime Loan Rate Changes: Historical Dates of Changes and Rates**

DATE	VALUE
03/02/2000	8.75
22/03/2000	9.00
17/05/2000	9.50
04/01/2001	9.00
01/02/2001	8.50
21/03/2001	8.00
19/04/2001	7.50
16/05/2001	7.00
28/06/2001	6.75
22/08/2001	6.50
18/09/2001	6.00
03/10/2001	5.50
07/11/2001	5.00
12/12/2001	4.75
07/11/2002	4.25
27/06/2003	4.00
01/07/2004	4.25
11/08/2004	4.50
21/09/2004	4.75
10/11/2004	5.00
15/12/2004	5.25
02/02/2005	5.50
22/03/2005	5.75
03/05/2005	6.00
30/06/2005	6.25
09/08/2005	6.50
20/09/2005	6.75
01/11/2005	7.00
13/12/2005	7.25
31/01/2006	7.50
28/03/2006	7.75
10/05/2006	8.00
29/06/2006	8.25

Fuente: Board of Governors of the Federal Reserve System, en

[http://beginnersinvest.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ/Ya&sdn=beginnersinvest&cdn=money&tm=6&gps=128220\\_1020\\_524&f=00&tt=14&bt=1&bts=0&zu=http%3A/research.stlouisfed.org/fred/data/irates/prime](http://beginnersinvest.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ/Ya&sdn=beginnersinvest&cdn=money&tm=6&gps=128220_1020_524&f=00&tt=14&bt=1&bts=0&zu=http%3A/research.stlouisfed.org/fred/data/irates/prime) , 21, Enero, 2007.

## ❖ London Interbank Offered Rate (LIBOR)

Es el tipo de interés al cual los bancos ofrecen préstamos de dinero a otros en el mercado indiscriminado de dinero en Londres. Es un índice financiero estándar usado en los mercados de capital en Estados Unidos y se puede encontrar en el Wall Street Journal. En general, su cambio ha sido menor a de la Prime Rate. Es un índice usado para fijar el costo de diversos tipos de

interés variable para préstamos. Los prestamistas la usan como un índice, el cual varia, para ajustarse a los tipos de interés de acuerdo a los cambios en las condiciones económicas. Se le agregan cierto número de puntos porcentuales llamados margen, el cual no varia, del índice para establecer el tipo de interés que se debe pagar.

**Cuadro 15**  
**London Interbank Offered Rate (LIBOR)**  
**2000 al 2006**

<b>LIBOR IN USD</b>							
<b>Month</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>Jan</b>	6.66%	5.28%	2.42%	1.48%	1.46%	3.27%	4.94%
<b>Feb</b>	6.76%	4.93%	2.50%	1.37%	1.36%	3.51%	5.15%
<b>Mar</b>	6.97%	4.67%	3.01%	1.34%	1.34%	3.84%	5.25%
<b>Apr</b>	6.96%	4.33%	2.61%	1.36%	1.81%	3.71%	5.42%
<b>May</b>	7.45%	4.26%	2.63%	1.22%	2.08%	3.78%	5.41%
<b>Jun</b>	7.21%	4.06%	2.25%	1.20%	2.47%	3.86%	5.77%
<b>Jul</b>	7.05%	3.84%	2.07%	1.28%	2.46%	4.17%	5.59%
<b>Aug</b>	6.98%	3.60%	1.94%	1.47%	2.30%	4.31%	5.45%
<b>Sep</b>	6.81%	2.65%	1.81%	1.29%	2.44%	4.41%	5.30%
<b>Oct</b>	6.73%	2.31%	1.66%	1.46%	2.53%	4.68%	5.33%
<b>Nov</b>	6.62%	2.49%	1.71%	1.49%	2.96%	4.74%	5.38%
<b>Dec</b>	6.00%	2.45%	1.45%	1.46%	3.10%	4.82%	5.38%
	6.85%	3.74%	2.17%	1.37%	2.19%	4.09%	5.36%

Fuente: British Bankers Association (BBA)

## Conclusiones

El comercio internacional es un factor de desarrollo económico, social y cultural que permite a los países especializarse en lo que hacen mejor, el cual está impulsado por estrategias diseñadas por los principales actores económicos que dominan el escenario mundial.

Dentro de este contexto México, siendo un país fundamentalmente agrícola, juega un importante papel debido a que la presencia de productos mexicanos, principalmente agrícolas, ha estado creciendo de manera constante en los mercados internacionales, uno de los sectores que ha tenido mayor crecimiento en los últimos años es el de alimentos y dentro de este, el de frutas exóticas específicamente del mango.

Actualmente existe una creciente tendencia a nivel mundial hacia la demanda de gran variedad de productos, de nuevos sabores y de alimentos mas saludables enfocada en frutas y productos alimenticios bajos en grasa por lo que el mango deshidratado se presenta como un rubro de importancia relevante en este sentido, debido a que, siendo una de las frutas más importantes en la recomendación de un régimen dietético y balanceado, este tipo de productos conserva la mayor parte de sus nutrientes y además existe una enorme oportunidad para México en este sentido pudiendo posicionarse como uno de los principales países productores y exportadores.

El mango juega un papel importante tanto económica como socialmente para muchos países desarrollados; a nivel mundial se encuentra en el lugar número tres en cuanto a producción e importación y es el quinto fruto que se comercializa en el mundo. Nuestro país se ubica como el tercer país productor de mango fresco y en el primer lugar en lo que a exportaciones se refiere.

México cuenta además, con grandes ventajas respecto a otros países en la producción del mango deshidratado, como se menciona es el tercer productor a nivel mundial de mango fresco, y si bien es cierto no toda la producción cumple con las características de exportación por lo que solo una

parte de la misma es exportada, este hecho representa una muy buena oportunidad para los productores y empacadores de mango fresco, quienes deben aprovechar toda la merma que se obtiene tanto en el campo como en el empaque para darle un valor agregado a la producción y minimizar pérdidas incursionando en la producción de mango deshidratado.

Un porcentaje alto de la cosecha de mango se arruina debido a condiciones climáticas o en la transportación; tradicionalmente esta fruta de baja calidad se utiliza para elaborar diferentes tipos de dulces, la deshidratación es una de las opciones más viables para aprovechar esta “desventaja” ya que, además de ser un proceso de bajo costo tiene la gran ventaja de su vida en anaquel, pues no se hecha a perder debido a que su grado de humedad es mínimo.

Esto representa otra ventaja para los exportadores mexicanos ya que de esta forma pueden abastecer los mercados que dejan desatendidos en las temporadas en que no hay producción, en el caso específico de Japón son los meses de octubre a febrero cuando el mercado está poco atendido por los principales abastecedores de mango, Filipinas y México.

De esta forma se estaría aprovechando y dando salida a una porción considerable de mango de menor calidad y se podría competir en un nivel más elevado con los principales abastecedores de mango de Japón, Filipinas, India y Tailandia, considerando que los dos últimos producen la fruta para consumo nacional mayormente.

En este contexto Japón, siendo la segunda economía del mundo con elevados niveles de ahorro, reservas internacionales y alto poder financiero y ubicándose como el tercer importador de productos agropecuarios a nivel mundial debido a su limitado espacio geográfico y al alto costo de mano de obra se convierte en un mercado altamente atractivo para canalizar nuestras exportaciones de mango deshidratado, considerando, además que podemos aprovechar su liderazgo en la región de Asia para incursionar también en el resto de los mercados que conforman dicha región.

El dinamismo de la región asiática la hace muy atractiva en cuanto a las oportunidades para exportar y diversificar nuestros mercados no tradicionales como el del mango deshidratado, por agrupar a más de la mitad de la población mundial, por ser la zona más dinámica del mundo, por tener elevados niveles de poder de compra y ahorro, porque incluye uno de los tres centros financieros más importantes en el mundo, Tokio, por tener altos índices de crecimiento del PIB; que si bien, tiene sus peculiaridades, también representa una excelente oportunidad para la diversificación de las exportaciones mexicanas de nuestro producto.

El desarrollo económico japonés se difunde por toda el área del pacífico gracias a la política de desconcentración de las grandes compañías; sin embargo los centros de decisión permanecen en Japón, las industrias se localizan en las costas de países como Taiwán, Corea, Singapur, Malasia, Indonesia y Vietnam, ciudades situadas en las vías del comercio internacional que se han beneficiado de este fenómeno.

Lo anterior constituye también un beneficio para los países que como México intentan diversificar sus mercados y colocar un producto relativamente nuevo en los primeros lugares de exportación en dicha región debiendo aprovechar la influencia que Japón tiene en Asia para poder lograr su objetivo.

Además este país respalda en enfoque de regionalismo abierto del Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC), del cual es fundador y, a pesar de no ser miembro de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ANSEAN), participa con China y Corea en sus reuniones anuales.

Su participación en la cooperación regional le ha permitido construir un ámbito flexible de interrelación e influencia en la región del Pacífico Asiático lo que representa una oportunidad para México en el sentido de utilizar este país como puente para incursionar en el resto de los mercados de esta región y poder colocar nuestros productos agrícolas principalmente.



Si bien es cierto Japón es un mercado sumamente exigente en lo que a productos alimenticios se refiere y los requisitos para poder importar este tipo de productos a Japón son demasiado rigurosos, conociéndolos y llevándolos de acuerdo a las exigencias japonesas el exportador mexicano no tendrá mayor dificultad en cumplir con todos y cada uno de ellos, además de que, siendo un producto deshidratado los requisitos fitosanitarios, documentación, tipo de transporte y embalaje no son tan estrictos en comparación con los que se piden para frutas frescas.

Lo único que el exportador debe hacer es conocer bien las normas y requisitos que rigen las importaciones en Japón, las cuales han sido descritas en el presente trabajo, entender la complejidad de la cultura japonesa y tener en cuenta algunas consideraciones para tener éxito en este mercado.

Para lograr establecer alianzas estratégicas entre empresas japonesas y empresas mexicanas es fundamental un clima de confianza lo que nos llevaría a aprovechar las oportunidades que cada mercado ofrece; sin embargo existe una gran desconocimiento sobre las características culturales de este país asiático, lo que aunado a la gran dependencia de nuestra economía a la economía norteamericana, entorpece el desarrollo de este clima de confianza y merma la libertad de acción de las empresas.

Es necesario tener un alto grado de entendimiento de las características culturales de este país lo que nos permitirá apreciar nuestras diferencias culturales y la mejor forma de aprovecharlas, evitando así, el tomar decisiones basadas en falsas concepciones; esto lo podemos lograr mediante el estudio del fenómeno asiático iniciado en la segunda mitad del siglo XX, lo que nos llevará a entender como los países asiáticos, específicamente Japón se han convertido en lo que ahora son y como han logrado vencer las dificultades que se les presentaron.

Al hacer algún tipo de negocio con Japón es importante considerar que debido al carácter insular de esta nación y a la necesidad de los habitantes de convivir en estrecho contacto uno con otro debido esto, a la falta de espacio

vital, los japoneses cuentan con un alto sentido de ubicación y con la necesidad de cumplir estrictamente sus responsabilidades individuales para beneficio del grupo, así como la importancia que le dan al trabajo en equipo, las decisiones en consenso y la gran cantidad de regulaciones de que esta llena la vida japonesa, ya que esto nos facilitará considerablemente el poder culminar las negociaciones de cualquier tipo con empresarios de este país.

La realidad es que el mercado japonés es muy exigente y el consumidor japonés está acostumbrado a disponer de un alto nivel de calidad en todos los productos que requiere, ya sean domésticos o importados; muchas veces esto es considerado por el exportador extranjero como una barrera no arancelaria, lo que el exportador mexicano debe hacer es darle importancia particular a este factor de calidad, el cual juega un papel de suma importancia en las negociaciones con este país; así logrará colocar sus productos de manera fácil y segura.

El exportador mexicano debe saber que la idiosincrasia del japonés lo hace no hablar en términos concretos y que tiende a ser poco preciso, al principio se limitará a tratar de obtener información sobre el carácter, confiabilidad y filosofía de la contraparte más que a negociar, pero si el exportador es paciente y se adelanta a este hecho enviando la información antes de las pláticas de negociación habrá ganado tiempo y confianza de la otra parte negociadora.

Hablando de la paciencia hay que considerar que los japoneses tienen una concepción a largo plazo de sus intereses, por lo que no se debe tratar de apresurar la culminación del negocio ya que esto podría hacerle perder la confianza, entonces debemos ser pacientes y tener en cuenta que los negocios con Japón no se podrán realizar en corto tiempo, para esto es necesario, hacer nuestra planeación a largo plazo.

México cuenta con diversas instituciones que nos proporcionan toda la información y datos que hemos mencionado anteriormente para lograr el éxito al incursionar en nuevos mercados.

Además apoyan y ofrecen financiamiento a la exportación de productos mexicanos, están también interesadas en potenciar este ramo de actividad y lograr que los productores mexicanos entren en los mercados internacionales con el nivel de competitividad requerido.

Sabemos que es una necesidad imperante el diversificar la oferta exportable y los mercados destino de las exportaciones mexicanas, así como promover la actividad productiva con la comercialización nacional e internacional de productos agroalimentarios y ofrecer al consumidor productos de calidad a un mejor precio, esto es posible apoyándose en las instituciones que nos ofrecen promoción, asesoría, capacitación, certificación y acceso a instrumentos financieros.

Nuestro país no ofrece una gran variedad de instituciones en las que el exportador puede buscar el apoyo y asesoría que necesita para emprender un nuevo negocio apoyando en la facilitación al colocar nuevos productos en el mercado internacional, estas instituciones están al servicio de las personas interesadas en incursionar en nuevos mercados y proyectar a nuestro país en el mercado internacional.

Es así que Japón es un mercado de grandes oportunidades, en donde la participación de empresarios mexicanos depende de un buen producto, control de calidad y precios competitivos, así como una adecuada estrategia de promoción y negociación.

## FUENTES

### BIBLIOGRAFIA

Arriola, M.C. de, Menchu, Caracterización, manejo y almacenamiento de mango, Instituto Centroamericano de Investigación y Tecnología Industrial, México, 1976, 230 pp.

Avila Marcué, Felipe, Asia Cultura y Negocios, Rebal ediciones, México, 2004, 280 pp.

Azcue, Pedro, Calidad de exportación, Litografica Aje, S.A, México, 1985, 417 pp.

Campana, Enzo, El desafío de exportar, Ediciones Macchi, México, 2001, 281 pp.

Carreter Jaramillo, E.A., Técnicas actuales de la investigación documental, Ed. Trillas, México, 1980, 230 pp.

Colaiacovo, Juan Luis, Canales de comercialización Internacional, Ediciones Macchi, México, 1992, p. 297

Comercio Exterior 2006, Ediciones Fiscales ISEF, S.A., México, 2006, p.197

Conociendo al Japón. Surgen los negocios, Guía para entrar al mercado japonés (versión general), Mipro, México, 2005, 112 pp.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ediciones Delma, México, 2006, p. 167.

Flores Paredes, Joaquín, El contexto del comercio exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global, UNAM-FES Cuautitlán, México, 2001, 157 pp.

Galán Saucó, Victor, El cultivo del mango, Mundi-Prensa, Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Madrid, 1999, pag.203.

Gerac Chaliand, Jean-Pierre, Atlas estratégico y geopolítico, 2ª Edición, Alianza editorial, México, 168 pp.

Granell Trias, Francisco, La exportación y los mercados internacionales, 3ª edición, Edit. Hispano Europea, México, 1985, 389 pp.

Gratz, Irene, Instructivo para la presentación de trabajos, 2ª. Edición, ITESM-CEGS, México, 1993, 87 pp.

Guía para Alimentos Importados, 100 Preguntas y respuestas sobre alimentos importados, Japan External Trade Organization, México, 1997, 118 pp.

Hernández, Sampieri, Roberto, Metodología de la investigación, 2ª edición, McGraw-Hill, México, 1998, 501 pp.

Hinkelman, G. Edward, Diccionario de comercio internacional, Compañía editorial continental, México, 2003, 538 pp.

Ibar Albinana, Leandro, Cultivo del aguacate, chirimoyo, mango, papaya, Aedos, España, 1986, 236 pp.

Inclán Gallardo, Sergio, Acuerdo de asociación Económica México-Japón. Oportunidades para incrementar y diversificar las exportaciones de México, Consejería comercial de México en Japón, México, 2005, 41 pp.

Jensana Tanehashi, Amadeo, Empresa y negocios en Asia Oriental, edit. Voc, Barcelona, 2004, 206 pp.

Jetro México, El Mercado japonés, Japan External Trade Organization, México, 2003, 167 pp.

López Olguín, Manuel, Sistema financiero mexicano internacional, UNAM-FES Acatlán, México, 2005, 124 pp.

López Villafaña, Victor, La nueva era del capitalismo, Japón y Estados Unidos en la cuenca del Pacífico 1945-2000, Siglo XXI, España, 1994, 356pp.

Mercado H., Salvador, Comercio Internacional I, Mercadotecnia Internacional importación-exportación, Limusa, México, 1997, 288 pp.

Moreno, Jose María, Manual del exportador, teoría y práctica exportadora, Ediciones Macchi, 4ª edición, México, 1993, 597 pp.

Moreno Valdez, Hadar, et. al., Comercio Exterior sin Barreras, 3ra edición, Ediciones fiscales ISEF, México, 2003, 291 pp.

Roman, Francisco Limcaoco, “Barriers to agricultural exports and high-value product. Problems and opportunities for the Philippine mango industry”, Ann Arbor, Michigan, University of microfilm International, 1990, 243 pp.

Sánchez Delgado, Janine, Las relaciones comerciales entre México y Alemania: el caso del mango mexicano (1995-2000), UNAM-FES Acatlán, México, 2006, 111 pp.

Torre Villar, Ernesto de la y R. Navarro de Anda, Metodología de la Investigación, McGraw-Hill, México, 1990, 212 pp.

## HEMEROGRAFIA

Barrera Gabriel, Nichos de mercado, Negocios, No. 168, México, marzo 2006, pp. 38-40

Castaño, Nora y Ruiz, José Manuel, El potencial exportador de las Pymes, El Entrepreneur, Grupo editorial Impresiones Aéreas, 2005, vol. 14, no. 10, México, pp. 94-99.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Naciones Unidas, Junta de Comercio y Desarrollo, TD/B/COM.1/EM.15/2, Reunión Ginebra, 16 al 18 de julio de 2001, Tema 3 del programa provisional, pp. 20.

Contreras Castillo, José María. "La eliminación de los subsidios a las exportaciones agrícolas: implicaciones para México", Revista de Comercio Exterior, Febrero de 2005, Vol. 55, núm. 2, México, pp. 182-190.

Cuevas Tello, Ana Bertha, Cronología de las relaciones económicas entre México y Japón y el entrono internacional 1888-2000, México y la Cuenca del Pacífico, No. 18, México, enero-abril 2003, pp. 96-101

Fernández Ortiz Luis M. y Tarrio García Mario, El contexto de apertura de la agricultura mexicana: de la Ronda Uruguay al Tratado de Libre Comercio, Economía, Teoría y Práctica, Nueva Época, 1995, no. 5. pp. 22.

Frutas, Empacado, Dirección General para el desarrollo Agroindustrial, México, 1998, 183 pp.

García, Susana, Aprende a exportar, El Entrepreneur, Grupo editorial Impresiones Aéreas, 2005, vol. 14, no. 10, México, pp. 100-103.

Gómez Cruz, Manuel Ángel. "México como abastecedor de productos orgánicos"; Revista de Comercio Exterior, Febrero de 2003, Vol. 53, núm. 2, México, pp. 128-138

Izcara Palacios, Simon Pedro, Los agricultores y el medio ambiente en Japón, Estudios de Asia y Africa, No. 122, septiembre-diciembre 2003, México, pp. 547-588

León Islas, Oscar. "El acuerdo de asociación económica México-Japón: ¿Economías complementarias o convergencia de intereses?", Revista de Comercio Exterior, Abril de 2005, Vol. 55, núm. 4, México, pp. 336-346

Meré Palafox, José Francisco, Reglas de operación de los programas con Subsidio para el fomento tecnológico, Fideicomisos Instituidos con Relación a la Agricultura, FIRA, Publicaciones, México, 2002, pp. 35.

Negocios Internacionales Bancomext, Asia: una alternativa de oportunidades para México, BANCOMEXT, Suplemento universidades, México, 2004, pp. 5-7.

Negocios Internacionales Bancomext, Japón fuerte inversionista en México, BANCOMEXT, Suplemento universidades, México, 2003, pp. 6-10.

Rios, Sergio, Oportunidades en un mercado fresco y natural, Negocios, No. 168, marzo 2006, México, pp. 32-35

Rubio, Blanca, La fase agroalimentaria global y su repercusión en el campo mexicano, Comercio Exterior, Bancomext, Noviembre, 2004, No. II, Vol. 54, México, pp. 948-1036.

Salomón, Alfredo. "La industria alimentaria en México", Revista de Comercio Exterior, Marzo de 2005, Vol. 55, núm. 3, México, pp. 242-257

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria ASERCA, México, 2006, pp. 56.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, ¿Que es ASERCA?, Sagarpa, México, 2006, pp. 56.

Uscanga Carlos. La política comercial de Japón ante los retos de una estrategia de interacción múltiple, Revista de Comercio Exterior, Diciembre de 2002, Vol. 52, núm. 12, México, pp. 1061-1067

Vaca Rivera, Rosa María, El ciclo exportador, Negocios, No. 168, marzo 2006, México, pp. 36-37

Vistas de Japón,, Urban Connections Inc., Vol. 3, Edición Junio 1998, Japón, pp. 39.

## **FUENTES ELECTRONICAS**

<http://www.prompex.gob.pe/alertajim/06-03-06/dm1060306.htm>

<http://mktglobal.iteso.mx/numanteriores/1998/marzo98/marzo984.html>

[http://www.fao.org/documents/show\\_cdr.asp?url\\_file=/DOCREP/004/Y1669S/y1669s0b.htm](http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=/DOCREP/004/Y1669S/y1669s0b.htm)

[http://www.sag.gob.hn/dicta/Paginas/mango\\_perfil.htm](http://www.sag.gob.hn/dicta/Paginas/mango_perfil.htm)

<http://www.agricultura.gov.do/perfiles/mango.html>

<http://www.lajornadamichoacan.com.mx/2006/02/11/09n3fin.html>

[http://www.infoagro.com/frutas/frutas\\_tropicales/mango.htm](http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/mango.htm)

[www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf](http://www.amsda.com.mx/PRNacionales/Nacionales/PRNmango2.pdf)

<http://www.nuevamayoria.com/ES/ANALISIS/instituciones/051227.html>

[http://www.cna.org.mx/Presdeinteres/OMC\\_CNA05.pdf](http://www.cna.org.mx/Presdeinteres/OMC_CNA05.pdf)

Agri-Food, Past, Present & Future, Report Japan, July 2006, en [http://atn-riae.agr.ca/asia/4202\\_e.htm](http://atn-riae.agr.ca/asia/4202_e.htm)

Agri-Food Consumer, Profile Japan, June 2006, en [http://atn-riae.agr.ca/asia/4202\\_e.htm](http://atn-riae.agr.ca/asia/4202_e.htm)

Avila R., Luis, et. al., El cultivo del manguero en Venezuela: Fertilización, en [www.ceniap.gov.ve/bdigital/fdivul/fd40/texto/cultivo.htm](http://www.ceniap.gov.ve/bdigital/fdivul/fd40/texto/cultivo.htm)

Estudios de Mercado, Nueces y Fruta Seca, JETRO disponible en: <http://www.jetro.org.mx/iformacion.htm>

Estudios de Mercado, Fruta Fresca, JETRO disponible en: <http://www.jetro.org.mx/iformacion.htm>

Exportación del mango, en <http://www.monografias.com/trabajos35/exportacion/mango/exportacion/mango.shtml>

Informe Económico y Comercial Japón, Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Tokio, Julio, 2006; en [http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0606/IEC\\_10julio\\_2005\\_16732\\_.pdf](http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0606/IEC_10julio_2005_16732_.pdf)

Mango Industry Situationer Report en <http://www.da.gov.ph/agribiz/mango1.html>

Moreno Rincón, Samuel D., Japón, Ayer y hoy, en <http://www.monografias.com/trabajos13/japoayer/japoayer.shtml>

Principales Sectores de importaciones japonesas. Productos Agrícolas, Invest México, Bancomext en : [http://www.investinmexico.com.mx/pied/templates/pied\\_bancomext/mexjap/Cap3\\_1.pdf#search='el%20mercado%20japon%C3%A9s%20de%20productos%20agropecuarios'](http://www.investinmexico.com.mx/pied/templates/pied_bancomext/mexjap/Cap3_1.pdf#search='el%20mercado%20japon%C3%A9s%20de%20productos%20agropecuarios')

Portal Bancomext 2007 en <http://www.bancomext.com/>

Zarazúa A. y Ponce, P., Situación y perspectivas del mango en México, el caso de los productos convenientes, en [www.chapingo.mx](http://www.chapingo.mx)



TESIS  IMPRESIONES  
ENCUADERNADOS

***COPYNET***

*100% DIGITAL*

pressanddesign@yahoo.com.mx



**TRABAJOS URGENTES**  
COCOTEROS 24, COL. NUEVA STA. MARÍA  
DEL. ATZCO., MÉXICO, D.F. C.P. 02800  
TELS. 53 41 49 88 Y 53 41 64 91