



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

EL potencial de exportar mermelada de nopal como un
producto nuevo y exótico a la República Federal de
Alemania

Seminario Taller Extracurricular

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Licenciado en Relaciones Internacionales

PRESENTA

Araceli Luna Cerrillo

Asesor: Claudia Márquez Díaz

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

A mis padres, **Juan Luna y María Cerrillo** por ser parte de este logro en mi vida, por su amor y por su apoyo diario. Gracias por hacer de mi una persona de bien. Pero sobretodo por ser unos padres maravillosos y vivir por y para sus hijos.
¡Los amo!

A mi hermana **Erika S. Luna** por ser mi confidente, y mi amiga. Por tu paciencia, tus consejos, tu constante apoyo y preocupación. Gracias por fomentar en mí el deseo de saber, investigar y conocer. ¡Te quiero mucho!

A mi novio **Carlos A. Ballanes**. Por ser mi guía y luz durante este tiempo. Por tu constante apoyo y motivación para la realización de este proyecto. Gracias por formar parte esencial en mi vida. ¡Te amo!

A mis queridas amigas **Irma Montoya, Carmen Obregón, Paola Santillán, Mayra Pérez, Rosario Hernández y Martha E. Ramírez**. Por darme tantos momentos memorables, divertidos y agradables, por ayudarme a crecer, por dejarme entrar a sus vidas y compartir conmigo un poco de cada una de ustedes. Siempre serán mis mejores amigas.
¡Las quiero Mucho!

A mis sinodales: **Manuel Martínez J., Fabiola Lara, Manuel López O. y Flavio González** por contribuir a mi formación académica, y por poner a mi alcance las herramientas necesarias para la elaboración de esta investigación. ¡Muchas Gracias!

En especial a mi asesora la **Maestra Claudia Márquez** por su disposición permanente e incondicional para la realización de este trabajo, así como por sus sugerencias durante la redacción del mismo. Gracias por su dedicación y por transmitirme sus conocimientos.

A la **Universidad Nacional Autónoma de México** por brindarme una de las herramientas más importantes en mi vida: mi formación académica.

ÍNDICE

Introducción.....	5
--------------------------	----------

Capítulo I.-La importancia del nopal en el comercio agropecuario internacional.

1.1. El comercio agropecuario internacional.....	10
1.1.1 El comercio agropecuario internacional: Caso de la Unión Europea (UE).....	16
1.1.2. Relaciones entre México y la República Federal de Alemania sobre los productos agropecuarios.....	20
1.2. La agroindustria: La exportación de productos derivados del nopal; importancia.....	22

Capítulo II.- Descripción del producto

2.1. El nopal: Evolución, usos e industrialización.....	25
2.2 Descripción de la mermelada de nopal.....	27
2.2.1. Materias primas e insumos.....	28
2.2.2. Descripción del proceso de producción de la mermelada de nopal.....	29
2.3. Precio del producto.....	36
2.4. INCOTERMS.....	41

Capítulo III.- Mercado Seleccionado

3.1. Características del país (Republica Federal de Alemania).....	46
3.1.1. Superficie y clima.....	47
3.1.2. Población.....	47
3.1.3. Sistema Político y administrativo.....	48
3.1.4. Idioma.....	49
3.1.5. Aspectos económicos.....	49

3.2. Regulaciones, restricciones y requerimientos a considerar para la importación de productos a la Republica Federal de Alemania.....	52
3.2.1. Acuerdo de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM).....	52
3.2.2. Estándares de calidad Europeos.....	55
3.2.3. Productos agrícolas industrializados.....	56
3.2.4. Salud y Seguridad.....	57
3.2.5. Gravámenes Internos.....	60
3.2.6. Empaque y Etiquetado.....	60
3.2.7. Prohibiciones.....	63
3.2.8. Declaración del valor en aduana.....	65
3.3. Como negociar con los alemanes.....	67
3.4. Canales de comercialización y distribución.....	68
3.5. Ferias y eventos internacionales.....	72

Capítulo IV.- Marco Legal de Exportación y Apoyos Financieros

4.1. Requisitos y regulaciones que son necesarios para poder exportar la mermelada de nopal.....	74
4.1.1. Documentación necesaria para exportar.....	76
4.1.1.1. Clasificación Arancelaria.....	78
4.1.1.2. Pedimento de exportación.....	80
4.1.1.3. Factura Comercial.....	80
4.1.1.4. Certificado de Origen.....	81
4.1.1.5. Conocimiento de Embarque (Bill of lading).....	82
4.1.1.6. Lista de empaque.....	83
4.2. Financiamientos a la exportación.....	85
4.2.1. Banca Múltiple.....	86
4.2.2. Programas Federales.....	88
4.2.2.1. Apoyos y estímulos fiscales.....	88

4.2.2.2. Actividades exclusivas de las dependencias.....	95
4.2.2.3. Sistemas de Información.....	96
4.2.2.4. Servicios de orientación.....	97
4.2.2.5. Capacitación, asistencia técnica y consultoría empresarial.....	98
4.2.2.6. Créditos, capital de riesgo y subsidios.....	101
4.2.2.7. Créditos y servicios financieros otorgados por la banca de desarrollo.....	103
4.2.3. Programas Estatales.....	106
4.2.4. Banca Privada.....	108
4.3. Formas de pago.....	116
4.3.1. Carta de Crédito.....	118
4.4. Tasas de interés nacionales e internacionales.....	123
4.4.1. Tasas de Interés Nacionales.....	124
4.4.2. Tasas de Interés Internacionales.....	125
Conclusiones.....	129
Anexos	
Anexo 1. Múltiples ventajas competitivas hacen de Alemania el destino número uno de la inversión extranjera.....	136
Anexo 2. Gravámenes de la República Federal de Alemania.....	137
Anexo 3. Aditivos.....	138
Anexo 4. De Aditivos Alimenticios.....	139
Anexo 5. Pedimento de Exportación.....	142
Anexo 6. Factura Comercial.....	145
Anexo 7. Certificado de Origen.....	146
Anexo 8. Comparativo de riesgo vendedor-comprador (exportador-importador) por formas y momento de pago, utilizados en el comercio internacional.....	147
Bibliografía.....	148

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional como rama de estudio de las Relaciones Internacionales ha ido tomando importancia debido al constante flujo comercial entre las naciones, por lo que es necesario participar en él, y con ello tener una proyección internacional más amplia, con la cual aprovechemos las ventajas comparativas y competitivas con las que cuentan nuestros productos.

En el contexto actual, todos los países están obligados a relacionarse unos con otros; son interdependientes en una economía global en la que ninguna nación puede proclamarse como autosuficiente. En la actualidad, lo que pasa en cualquier lugar del mundo, afecta al resto de las economías. Motivo por el cual se están formando bloques económicos y suscribiéndose tratados de libre comercio.

Teniendo en cuenta que estamos inmersos en un mundo donde las fronteras desaparecen cada vez más, es necesario fomentar a nuestros pequeños empresarios la acción de exportar. Proporcionándoles una guía que les sirva de parámetro para llevar acabo este proceso, que puede no ser tan complejo, pero que requiere de una serie de requisitos para concretarla.

Actualmente el comercio internacional es muy importante, así como necesario, para tener una proyección a nivel internacional como país, y con ello obtener beneficios que contribuyan al desarrollo integral de México.

En este esquema, México es el país con uno de los niveles de vinculación de negociación comercial más elevado del mundo. Hoy en día, México ha firmado 12 Tratados comerciales, que incluyen a los países siguientes: Estados Unidos de América y Canadá (TLCAN); Colombia y Venezuela (G2); Chile; Costa Rica; Nicaragua; Bolivia; Israel; la Unión Europea; Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) y el Triangulo del Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), A esta lista se adiciona el que se firmó con Uruguay y con Japón. Asimismo, cuenta con acuerdos

comerciales dentro del marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) los siguientes países: Argentina, Brasil, Cuba, Ecuador, Perú, Paraguay y Uruguay. Con esto, lo que el gobierno mexicano quiere es que las empresas se inserten en un mercado internacional con beneficios para los productos mexicanos.

Recientemente se ha generado el despertar de un sector muy importante, que ha ido tomado fuerza en el comercio internacional: el agropecuario. El comercio agropecuario internacional ha tenido un papel crucial para los países en el desarrollo de sus economías y para la seguridad alimentaria mundial. Razón por la cual, ha aumentado su demanda en el exterior.

Esto representa una oportunidad para aprovechar los mercados que han abierto una puerta para comercializar con México. Por lo que es vital saber las fortalezas y debilidades con las que cuentan los productos, a través de una investigación que proporcione seguridad y confianza al empresario, para que el producto tenga éxito al momento de ser exportado. De esta manera aprovechar las nuevas oportunidades comerciales; y para estar debidamente preparados para las negociaciones comerciales.

La presente investigación proporciona un estudio enfocado a la exportación del nopal en mermelada, por ser un producto 100% mexicano. Ya que el nopal, se ha convertido en una fuente inagotable de productos y funciones. Asimismo representa un detonante en desarrollo, que debe ser aprovechado. Motivo por el cual, es necesario potenciar y valorar al nopal en su proceso de industrialización.

Tomando en cuenta esto, se desarrolla una investigación que permite conocer la factibilidad de exportar mermelada de nopal a la República Federal de Alemania.

La presente investigación consta de cuatro capítulos. El primero aborda la problemática del comercio agropecuario internacional, desde las negociaciones comerciales multilaterales de la Ronda de Uruguay, la cual representó un paso

significativo en la tarea de reformar el sector agropecuario al someterlo a las disciplinas del sistema multilateral del comercio, sin conseguir realizar avances importantes en lo que respecta a la mejora en el acceso a los mercados, debido a un favoritismo a los países desarrollados. Causado por los obstáculos a la importación, las subvenciones a la exportación y la ayuda interna que siguen aplicando algunos países industriales a pesar de los avances realizados en virtud del Acuerdo sobre Agricultura (AsA) de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Y aunque se reconoce en determinado momento el carácter imperfecto de este proceso de reformas comerciales en el sector agropecuario, los países en desarrollo justifican sus actos poniendo como excusa las guerras de subvenciones por las que pasaron Europa y Estados Unidos.

En el caso de la Unión Europea, fundamenta en su Política Agraria Común (PAC) la política más importante que regula al sector agropecuario, traducida en uno de los elementos esenciales del sistema institucional. La cual es un sistema de protección a la agricultura que ha sido criticado por los países en desarrollo en las negociaciones comerciales multilaterales, por lo que se reconoce la necesidad de efectuar gradualmente las oportunas adaptaciones.

En el capítulo dos, se describe el nopal como un producto 100% mexicano. El cual es cultivado en grandes extensiones de tierras, con el fin de comercializarlo. Puede ser utilizado en diversas formas, ya que se utiliza como alimento, forraje y producto industrial.

Existen una gran variedad de productos derivados del nopal, sin embargo la mermelada de nopal es un producto nuevo y exótico que requiere de ciertas características para ser elaborado. Razón por la cual se describe el proceso de producción, presentación, insumos y precio. Asimismo se recomienda la forma de entrada e INCOTERM a utilizar.

El capítulo tres, tratará el análisis de la comercialización de la mermelada de nopal en la República Federal de Alemania, el cual es un factor muy importante, ya que se tiene que tomar en cuenta la cultura, costumbres, gastos, y otros factores principales para conocer si el producto puede ser vendido o no. Aprovechando las ventajas que nos brinda el TLCUEM. Asimismo se considera que existe un nicho potencial en el mercado alemán, ya que el consumo internacional ha venido modificando su patrón de consumo. Hoy en día, existe mayor conciencia de mejorar la calidad de vida, lo que implica varios cambios en su forma de sustento, desde la preocupación por productos que no afecten su salud, hasta el cuidado del medio ambiente, lo cual a generado un mercado mundial en expansión en frutas y verduras novedosas y exóticas, que tengan bondades en la salud, además del gusto por la comida mexicana.

El capítulo cuatro y último, proporciona un esquema de todos los requisitos que son necesarios para la exportación de la mermelada de nopal en nuestro país, así como de los pasos que deberán seguirse en la exportación. Al considerarse esta como el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero. Se describen los servicios que son necesarios, la documentación solicitada y las formalidades propias para exportar. Asimismo se proporcionan algunas recomendaciones al exportador de cómo realizar dicho acto.

A pesar de que el proceso de exportación depende en su totalidad de la empresa misma. Es necesario contar con suficiente capital para poder solventar los gastos que genera este proceso, motivo por el cual, existen una serie de apoyos financieros que facilitan la exportación. Al ser parte importante de la economía del país, por la entrada de divisas, es necesario implementar ciertas facilidades administrativas para que las empresas mexicanas participen en esta actividad. Por lo que también se aborda los apoyos financieros que existen en el mercado.

Otro aspecto relevante para exportar es la forma de pago a utilizar, la cual representa un problema, y cuando existen kilómetros de distancia entre el

comprador y el vendedor, los problemas se incrementan. Por ello en este capítulo se analiza la modalidad de pago más efectiva de cobranza internacional, con el propósito de brindarle al exportador mecanismos que aseguren el pago de su mercancía.

Finalmente se dedica un espacio a las conclusiones de la investigación, en las que se sugieren algunos consejos para la exportación de mermelada de nopal, que se someten a la consideración del lector.

Para llevar acabo esta investigación se consultaron trabajos de diferentes autores, y especialistas en el tema, así como una serie de legislaciones.

CAPÍTULO I

LA IMPORTANCIA DEL NOPAL EN EL COMERCIO AGROPECUARIO INTERNACIONAL.

Para poder satisfacer las necesidades que nuestro actual contexto pide, es necesario que el sistema agropecuario internacional tenga un buen funcionamiento. El cual es esencial para la conservación de los recursos naturales.

Este sector representa un pilar importante en las economías de los países. A causa de ello, es que se creó un marco de normas y compromisos relacionados con la agricultura.

1.1. El comercio agropecuario internacional.

El desarrollo del comercio mundial se ha fortalecido a través del tiempo por la creación de varias instituciones internacionales que regulen su funcionamiento. Por ello es necesario mencionar el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), el cual fue creado en 1948. Con la finalidad de establecer normas para el comercio internacional. Mientras que el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), creados en 1944, fueron iniciativas asociadas para hacer frente a los asuntos internacionales financieros.

Desde un principio se preveía la creación de una Organización Internacional de Comercio (OIC), pero esta nunca pudo ser ratificada por los países miembros. Lo cual ocasionó que el GATT siguiera regulándose por medidas provisionales y transitorias, que hicieron de él, un acuerdo carente de una organización formal que garantizase su funcionamiento.

En las negociaciones del GATT de 1947 a 1986, el tema de la agricultura estuvo excluido a causa de Estados Unidos. Argumentando que el comercio de productos agroalimentarios no podía ser parte del comercio como las demás mercancías, ya que la agricultura es diferente al resto de los sectores de la economía. Así, este tema se mantuvo excluido de las políticas de liberalización comercial promovidas por

el GATT. Después de siete rondas de negociación (rondas de Ginebra, Annecy, Torquay, Ginebra, Dillon, Kennedy y Tokio) el tema sobre productos agrícolas fue presentado, pero sin éxito alguno. Fue hasta la Ronda de Uruguay en donde se hablo de la verdadera importancia de este sector.

El punto de partida de la Ronda Uruguay tuvo lugar en septiembre de 1986 bajo el impulso de los Estados Unidos con la llamada Declaración de Punta del Este.

En diciembre de 1991, el entonces director general del GATT presentó un proyecto de Acta Final completo, conocido como el Proyecto Dunkel, con la esperanza de acercar la Ronda a una conclusión. El Proyecto cubría la agricultura así como otras esferas que eran objeto de negociación. Lo importante de este documento es que contenía el primer texto completo sobre la agricultura, en el que se presentaban propuestas cuantitativas con respecto a concesiones en el sector.

No obstante, dos cuestiones continuaron dilatando las negociaciones. La Unión Europea (UE) seguía reacia a reducir considerablemente las subvenciones a la exportación, quedando un espacio en blanco, en el aspecto de sí en la Política Agraria Común (PAC) los pagos directos¹ estarían sujetos a los compromisos en materia de reducción de la ayuda interna.

Con estos antecedentes los negociadores de los Estados Unidos y la UE emprendieron una serie de conversaciones bilaterales, que desembocaron en un acuerdo conocido como el Acuerdo de Blair House². Las reuniones se concentraron

¹ La Política Agraria de la UE. Revista UE electrónica. http://www.nodo50.org/cse-madrid/web/IMG/doc/revista_UE_PAC.doc.-Consultada el día 9 de septiembre de 2006.- Los pagos directos de la PAC eran de 3 tipos o llamados también cajas, que protegen a sus agricultores y con ello ponen en desventaja a los productores de países en desarrollo al establecer subsidios elevados a la exportación, a la producción, entre otros.

² Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Servicio de Apoyo para Políticas Agrarias. <http://www.fao.org/tc/Tca/pubs/TMAP41/41chap1-Sp.htm>.- Consultada el día 9 de septiembre de 2006.- Este acuerdo se llevo acabo entre Estados Unidos y La Comunidad Europea con el objeto de llegar a un consenso en las negociaciones que se habían estado dando entorno a la agricultura y los subsidios. Finalmente se fijo la disminución del volumen de las exportaciones, la disminución de subvenciones, entre otros

en hacer enmiendas convenientes al Proyecto Dunkel. El Acuerdo de Blair House superó el atolladero en el que se encontraba el grupo de negociación y la Ronda concluyó finalmente en diciembre de 1993.

De esta manera, y como resultado de un largo proceso de negociación de los acuerdos de la Ronda Uruguay³ se crea la Organización Mundial de Comercio (OMC) en el año de 1995, creada como una plataforma intergubernamental para las negociaciones comerciales y la solución de controversias relacionadas con el comercio.

Esto significó un paso importante pues se consiguió que los países desarrollados aceptaran darle un marco institucional al comercio, incluyendo el sector agrícola. Hecho que marco un hito en las negociaciones comerciales, que a finales de la Segunda Guerra Mundial, con el propósito de no poner en peligro sus prácticas proteccionistas, los países industriales se habían negado a incluir este tópico.

Estas prácticas proteccionistas habían sido creadas como políticas de seguridad alimentaria implementadas como un mecanismo de autoabastecimiento después de los desastres ocasionados por las dos grandes guerras mundiales. Lo que generó enormes excedentes que ponían en desventaja a los países en desarrollo⁴.

De esta manera, la Ronda Uruguay comprometió a los miembros de la OMC a proceder hacia una reforma fundamental que en los mercados agrícolas mundiales tuviera el efecto de evitar las restricciones y distorsiones al libre comercio. A través del art. 20 del Acuerdo sobre Agricultura (AsA), se reconoce que el objetivo principal a largo plazo es: “establecer un sistema de comercio equitativo y orientado al

³ Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Las negociaciones comerciales multilaterales sobre la agricultura - Manual de referencia. introducción y temas generales. 2000. p.4 - La RU fue celebrada en Marrakech.

⁴ Cordeu, José Luis. El estado de las negociaciones agrícolas multilaterales y del proteccionismo comercial agrícola. Una opinión personal. Oficial Principal de Productos Básicos FAO-RLC. 5 de febrero de 2003. p 3 - Las distorsiones se daban principalmente en los productos alimenticios de las zonas templadas, producidos y exportados por los países más ricos. La mayoría de los países en desarrollo no podían permitírselas.

mercado mediante un programa de reforma fundamental que abarque normas reforzadas y compromisos específicos sobre la ayuda y la protección para corregir y prevenir las restricciones y distorsiones en los mercados agropecuarios mundiales”⁵. Esto con el fin de tener un sistema agrícola orientado en una economía de mercado, en donde las reducciones a los subsidios de exportación, el apoyo nacional e impuestos a la exportación fueran significativos para poder fomentar el comercio agrícola internacional, estabilizando los precios en el mercado, y en donde los países en desarrollo puedan ser competitivos.

En la Ronda Uruguay se han plasmado una serie de acuerdos y decisiones, así como de declaraciones ministeriales que figuran como anexos al Acuerdo de Marrakech, como son: los Acuerdos multilaterales sobre el comercio de mercancías⁶, el Acuerdo general sobre el comercio de servicios; el Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio; los Acuerdos comerciales plurilaterales; y las Decisiones y Declaraciones Ministeriales.

Sin embargo, el AsA ha suscitado un descontento entre los países en desarrollo, ya que han experimentado aumentos súbitos de importaciones, por la reducción o eliminación de barreras nacionales al comercio. Los agricultores de bajos ingresos y pocos recursos, en los países pobres y vulnerables, continúan sufriendo por falta de fuentes de alimentación adecuada y segura, mientras tienen que luchar contra los aumentos súbitos de las importaciones y otras fuerzas de competencia mundial.

Después de la Ronda Uruguay, vino la de Singapur (1996), Ginebra (1998), y Seattle (1999). Antes de la Conferencia Ministerial de Doha (2001). En esta reunión los miembros acordaron celebrar negociaciones globales en relación al sector agrícola,

⁵ *Ibíd.*, p 7.

⁶ Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, *La asistencia técnica de la FAO en el área del comercio internacional y la información*. Publicación electrónica: <http://www.fao.org/DOCREP/003/X3452S/x3452s00.htm#TopOfPage> Consultada el día 9 de septiembre de 2006. - Los Acuerdos multilaterales sobre el comercio de mercancías comprenden 13 acuerdos, tres de los cuales tienen especial importancia: el Acuerdo sobre la agricultura; el Acuerdo sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias; y el Acuerdo sobre obstáculos técnicos al comercio.

con el fin de alcanzar el objetivo del AsA art. 20. Se creo “el Programa de Doha para el Desarrollo” el cual represento un gran avance, ya que se trataba de revertir la situación desventajosa en que habían quedado los países en desarrollo respecto a los países desarrollados después de la Ronda Uruguay. Por su parte los países en desarrollo dejaron muy en claro que no querían negociar nuevos acuerdos. En su lugar, querían resolver los problemas de implementación, y presentaron propuestas en ese sentido. Las cuales no estuvieron incluidas en la declaración.

En la 5ª Conferencia Ministerial de la OMC celebrada en Cancún en septiembre de 2003, la cual se consideró un fracaso⁷. El objetivo primordial se centraba en hacer un balance de los progresos realizados en las negociaciones, así como otros trabajos que se habían planteado en la declaración de Doha. Algunos negociadores se lamentaron de que la liberalización del comercio agrícola era demasiado ambiciosa, mientras que otros afirmaron que no lo era en la medida suficiente.

El Director General de la OMC Supachai Panitchpakdi, en la edición del 18 de septiembre de 2003 del International Herald Tribune, escribió que “el futuro de las cuestiones comerciales posiblemente beneficiosas para los países en desarrollo, tales como la apertura de los mercados de los productos manufacturados, los servicios y la agricultura era incierto debido a la falta de acuerdo que se evidenció en Cancún”⁸.

⁷ Instituto de Tercer Mundo. *Organización Mundial del Comercio*. Publicación electrónica: <http://www.choike.org/nuevo/informes/384.html> Consultada el día 9 de septiembre de 2006.- Al igual que la de Seattle '99 terminó sin acuerdo, debido ante todo a la oposición de una mayoría de países en desarrollo a impulsar nuevas negociaciones en los llamados temas de Singapur (inversiones, políticas de competencia, transparencia en las contrataciones públicas y facilitación del comercio). El fracaso de Cancún ha reforzado el argumento -sostenido por los países pobres y el movimiento mundial antiglobalización- de que la OMC debe ser objeto de reforma y democratización.

⁸ Cordeu, José Luis. *Estado de Situación de las Negociaciones Agrícolas Internacionales. Junio- Agosto de 2004*. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Santiago 5 de Septiembre de 2004. p. 3

Después de este fracaso, se acordó otro encuentro el 13 y 18 de diciembre de 2005 en Hong Kong⁹, lamentablemente con los mismos resultados. Por lo que el Director general de la OMC, decidió la suspensión de manera formal de las negociaciones, sin fijar ninguna fecha para su reanudación.

Con esto, se puede afirmar que las negociaciones comerciales agrícolas han adquirido gran importancia debido a que en torno de ellas se centraron tres tipos de expectativas:

1) *las comerciales*, para asegurar que las relaciones entre países sean más adecuadas y justas;

2) *las geográficas*, encaminadas a establecer con qué países, de acuerdo a su unificación geográfica, conviene realizar alianzas y construir relaciones preferenciales; y

3) *las socioeconómicas*, para asegurar que las mejoras en las relaciones comerciales se traduzcan en mayores oportunidades de bienestar para la población en general¹⁰. De hecho esto equivale a decir que en torno de las negociaciones comerciales agrícolas se ha centrado un conjunto de expectativas no sólo ambiciosas sino también, en algunos casos, francamente ilusoria que se ve reflejado en el desacuerdo que hay entre los países, y las circunstancias que se dan entorno a ellos. Por lo cual ese camino ha sido abandonado.

⁹ NotiFESAcatlán. *La muerte de Ronda de Doha*. Publicado por la Facultad de Estudios Superiores Acatlán. 7 de septiembre de 2006. Boletín informativo. Publicación: martes y jueves. p.4

¹⁰ Basco, Carlos et al. *Implicancias del cambio de la política agrícola de los Estados Unidos*, Revista de la CEPAL N° 81, diciembre 2003. p. 152.

1.1.1 El comercio agropecuario internacional: Caso de la Unión Europea (UE)

Como se ha visto, los países desarrollados son los únicos que han salido beneficiados desde un principio de acuerdo a las negociaciones que se han dado con el paso del tiempo, a través de las diferentes rondas que han existido.

Para el caso específico de la UE es necesario estudiar un poco el proceso por el cual atravesó, hasta llegar a aceptar modificar sus políticas, para permitir a países en desarrollo poder tener un poco más de ventajas.

En el marco del GATT y de la Ronda Uruguay por medio de la cual se crea la OMC, la UE¹¹ y los estados miembros actúan en virtud de los siguientes artículos del Tratado que son: 133 (antiguo artículo 113): política comercial común, la cual establece que la Comisión Europea es la única que posee la facultad para negociar acuerdos comerciales en representación de los 25 estados miembros, por medio de un Comité denominado “Comité del art. 133” integrado por un representante de cada país que conforman la UE; 300 (antiguo artículo 228): negociación y conclusión de acuerdos internacionales el cual establece el procedimiento interinstitucional para la celebración de acuerdos internacionales; 310 (antiguo artículo 238): Sobre los acuerdos de asociación. Por medio de la cual se crea una asociación caracterizada por derechos y obligaciones recíprocos, acciones en común y procedimientos particulares.

La Comunidad Europea (CE llamada así antes de convertirse en UE) defendía una reducción progresiva del apoyo a la agricultura, sobre la base de una unidad de medida global de apoyo, necesaria para calcular los sistemas de apoyo y así poder fijar su reducción.

¹¹Narvaez Hernandez, José Ramón. <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/020705072939.html> Consultada el día 9 de septiembre de 2006.- El 01 de noviembre de 1993 con la entrada en vigor del Tratado de Maastricht nace la Unión Europea a la cual se han agregado Austria, Finlandia y Suecia. Universidad de Florencia.

Las bases se sientan en la Política Agrícola Común (PAC) la cual nace con el Tratado de Roma que crea la Comunidad Económica Europea (CEE), en el año 1957. Esencialmente la PAC establece la libertad de circulación de los productos agrícolas dentro de la CEE y la adopción de políticas fuertemente proteccionistas, que garantizaban a los agricultores europeos un nivel de ingresos suficientes al evitar la competencia de productos de terceros países y mediante el subsidio a los precios agrícolas. Debido al AsA que se había acordado y el seguimiento de este, fue necesario ir haciendo algunas modificaciones, aunque estas no hayan sido del todo muy significativas.

Esta política fue uno de los indeseables precios que Alemania en su calidad de vencida en la II Guerra Mundial tuvo que pagar, para poder introducir sin algún tipo de objeción arancelaria sus productos industriales en los mercados de Europa Occidental. Por lo cual en condiciones desventajosas para este país, a cambio de obtener la libre circulación de sus productos industriales que en aquel entonces eran los más competitivos del mundo, debía comprar a franceses y holandeses, a precios superiores a los que marcaban los mercados internacionales, su producción agropecuaria.

Hasta mediados de la década de los 90, la PAC fue, a gran distancia, la política comunitaria más importante especialmente desde el punto de vista presupuestario. La Unión Europea se convirtió en el primer importador y el segundo exportador de productos agrícolas a nivel mundial¹². Sin embargo, el sistema, que respondía acertadamente a una situación de déficit, puso de manifiesto una serie de deficiencias al comenzar a producir enormes excedentes de la mayoría de sus productos agrícolas.

¹² Leguen de Lacroix, Eugene. *La política Agrícola en Común a detalle*. Comunidades Europeas, 2005 <http://www.eumed.net/cursecon/17/pac.htm> Consultada el día 9 de septiembre de 2006

La primera tentativa de reforma tuvo lugar en el año de 1968¹³, después en 1972 en la cual se introdujeron diversas medidas estructurales, destinadas a modernizar la agricultura europea. Las reformas que se introdujeron en la PAC en los años ochenta y noventa han permitido a la UE responder a las obligaciones que le incumben en virtud de los acuerdos de la Ronda Uruguay y las indicaciones de la OMC. El Acuerdo, de carácter recíproco, requirió una reducción de un 20% del apoyo interior prestado a la agricultura, un recorte del 36% del gasto presupuestario destinado a la subvención de las exportaciones y otra disminución de un 21% en el volumen de las exportaciones subvencionadas¹⁴. Una de las reformas más importantes fue la que se dio en 1992, ya que destaca la evolución del comercio internacional, la ampliación de Europa Central y Oriental, las restricciones presupuestarias generadas por la preparación de la unión monetaria, la creciente competitividad de los productos procedentes de países desarrollados y de mercados emergentes, todo ello aunado a la nueva Ronda de renegociaciones de la OMC, las cuales dieron lugar a la Agenda 2000¹⁵. Esta reforma comprende medidas para la mejora de la competitividad de los productos agropecuarios en los mercados nacionales e internacionales, la mejora de la calidad y seguridad de alimentos; la simplificación de la legislación de agrícola y la descentralización de su aplicación, para hacer más fácil el acceso a estas normas. Para el 26 de junio de 2003, la UE aprobó una reforma en profundidad de la PAC, la cual se centró en el consumidor y los contribuyentes, y dio a los agricultores europeos libertad para producir lo que el mercado demande. En el futuro, la mayor parte de los subsidios se abonarán con independencia de cuál sea el volumen de la producción. A fin de impedir que se abandone la actividad de producción los Estados miembros pueden optar por

¹³ Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) Coordinación de Apoyos a la comercialización. *Instrumentos de Política Agrícola en la Unión Europea*, Marzo 2003. Ficha Técnica. p.2

¹⁴ Martínez Coll, Juan Carlos (2001): *"La integración europea" en La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes*, <http://www.eumed.net/cursecon/17/17-3.htm> Consultada el día 9 de septiembre de 2006.

¹⁵ Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) Coordinación de Apoyos a la comercialización. *Instrumentos de Política Agrícola en la Unión Europea*, marzo 2003. Ficha Técnica. p.6. - La cual se concibe como la reforma más radical y completa de la PAC.

conservar una vinculación limitada entre las ayudas y la producción, bajo circunstancias bien definidas y dentro de unos límites claramente establecidos.

Sin embargo la UE y países ricos como Noruega, Japón, Suiza y Finlandia, entre otros, frente a las críticas a sus políticas agrarias han buscado argumentos para su manutención, hasta llegar a la ironía de defender la protección y subsidios con el argumento de la seguridad alimentaria¹⁶. Otro argumento es la multifuncionalidad de la agricultura, esto significa que cumple una serie de funciones además de producir bienes: protege el medio ambiente, mantiene el paisaje, y conserva la biodiversidad. Lo cuales serían apreciados por la sociedad y de este modo se valoraría el gasto público que se realiza en el sector.

Teniendo en cuenta todo lo anteriormente comentado, podemos decir que los subsidios y la protección a la agricultura de los países desarrollados distorsionan el comercio, perjudicando a los países en desarrollo que cuentan con ventajas comparativas para producir bienes agropecuarios al restringir severamente el acceso a sus mercados. Además, al poner sus excedentes subsidiados en los mercados internacionales bajan los precios artificialmente, generando pérdidas económicas para los países exportadores de productos agropecuarios.

¹⁶ Ximena Quiñones Díaz, *Legitimidad de la Protección a la Agricultura en el Contexto de la Globalización*. Boletín informativo electrónico: <http://boletin.fundacionequitas.org/13/13.13.htm> Consultada el día 9 de septiembre de 2006.- Varios comunicados presentados en Ronda de Negociaciones de Doha, 2000.

1.1.2. Relaciones entre México y la República Federal de Alemania sobre los productos agropecuarios.

México y Alemania establecieron relaciones diplomáticas el 23 de enero de 1879. Pero con la entrada de México en la Segunda Guerra Mundial se rompieron. Al término de este conflicto la relación se reanuda el 16 de abril de 1952. La cual con el paso del tiempo se ha ido fortaleciendo¹⁷.

Tanto Alemania y México han tenido una relación basada en la confianza y sin problemas mayores. Alemania ha gozado tradicionalmente de una reputación buena en México, la cual se ha intensificado, después de la caída del Muro de Berlín y la culminación de la unidad alemana.

En cuanto a las relaciones comerciales entre estos países. Alemania representa para México, un mercado importante, en el cual se puede tener oportunidades de incursionar. Al ser una alternativa ó un mercado complementario para nuestros productos mexicanos.

Entre los sectores que los empresarios mexicanos tienen la oportunidad de exportar es el agropecuario, el cual es un mercado muy grande y por ello se pueden introducir sus productos como nuevos, exóticos¹⁸ y con un alto atractivo para el consumidor alemán.

Se debe tener presente que la mayor parte del comercio entre México y la UE se compone de productos industriales y los productos agropecuarios representan sólo

¹⁷ Embajada de Alemania en México. www.mexiko.diplo.de/Vertretung/mexiko/es/05/Wirtschaft.html Consultada el día 12 de septiembre de 2006.- Desde la independencia de México, el intercambio comercial entre México y Alemania ha observado un dinámico desarrollo. En el siglo XIX; dos terceras partes del comercio exterior mexicano se desarrollaron a través de las Casas Comerciales Hanseáticas en Alemania.

¹⁸ Oportunidades recíprocas de inversión México-Alemania. Julio del 2001. Revista electrónica: http://www.protocolo.com.mx/articulos.php?id_sec=4&id_art=1242&id_ejemplar=20 Consultada el día 12 de septiembre de 2006.- El director de la Cámara México-Alemana de Comercio e Industria (Camexa), Manfred Hoffmann puntualizó que los productos agropecuarios mexicanos son vistos por los alemanes como algo exótico y bajo este concepto se podrían colocar bien en el mercado europeo otros productos.

un 6.7% de las importaciones y un 4.4% de las exportaciones europeas hacia México¹⁹.

Por lo que las exportaciones de México hacia Alemania se han ido incrementado. Conforme a información del Banco de México (BM) en el 2004, Alemania ocupó el 4º lugar en importancia en el comercio internacional total con el 2.3% del volumen de intercambio total de México.

Como proveedor Alemania ocupó con un 3.6% del total de importaciones a México el 4º lugar después de Estados Unidos de América (EUA), China y Japón. México es considerado por Alemania como el segundo aliado comercial más importante de América Latina en exportaciones e importaciones. Como país comprador de productos mexicanos ocupó el 4º lugar, después de EUA, Canadá y España.

En lo que respecta al comercio agroalimentario total entre México y Alemania este ascendió a 139.49 millones de euros, lo que representa cerca del 14% del comercio entre nuestro país y la Unión Europea. Las exportaciones agroalimentarias de México a el país germánico fueron de 79.05 millones de euros, lo que significa el 18% de la actividad comercial a la Unión Europea²⁰. Lo cual significa en términos de crecimiento que Alemania ha representado un mercado positivo, el cual debe ser aprovechado. Puesto que México es un país muy importante que cuenta con la capacidad para producir productos de calidad, inocuidad y sanidad, las cuales se han convertido en grandes ventajas comparativas en el comercio internacional.

¹⁹ Döhler, Jan. *México y la UE*, Febrero 2003. Publicación electrónica del Centro de Investigaciones Economizas y Políticas de Acción Comunitaria. CIEPAC A.C. <http://www.laneta.apc.org/ciepac/archivo/analysis/mexuespn.htm> Consultada el día 11 de septiembre de 2006

²⁰ Döhler, Jan. *México y la UE*, Febrero 2003. Publicación electrónica del Centro de Investigaciones Economizas y Políticas de Acción Comunitaria. CIEPAC A.C. <http://www.laneta.apc.org/ciepac/archivo/analysis/mexuespn.htm> Consultada el día 11 de septiembre de 2006

Por esta razón México y Alemania en abril de 2006²¹, decidieron incrementar el comercio agroalimentario, ya que esta actividad esta tomando una gran importancia en el comercio internacional, en cuestiones de productividad y competitividad.

1.2. La agroindustria: La exportación de productos derivados del nopal; importancia.

Uno de los productos o verduras que ha tomado fuerza en este sector es el nopal. La exportación de nopal es una actividad reciente, la cual tiene aún muy bajos volúmenes dedicados a la comercialización internacional. El nopal se ha convertido en una fuente inagotable de productos y funciones. Inicialmente, como una planta silvestre y después como un cultivo tanto para la subsistencia como para una agricultura orientada no solamente al mercado nacional, sino también, en algunas variedades, al mercado internacional.

Así el nopal es un factor detonante de desarrollo en zonas rurales, donde en muchas ocasiones es explotada en forma inadecuada, dejándose perder gran parte de su potencial productivo y económico, como ejemplo de ello tenemos a países en desarrollo, como lo es el caso de México, el cual es el principal exportador de nopal en verdura a nivel mundial²².

Ante la necesidad de aprovechar este recurso, el nopal se exporta en fresco en diversas presentaciones, en fresco con espinas, sin espinas o cortado; procesado en salmuera o escabeche, precosido y congelado. Sin embargo el nopal es muy húmedo y susceptible a la deshidratación, la oxidación, al ataque de microorganismos, lo que hace difícil su conservación en fresco, limitando con ello, el comercio de estas hortalizas a mercados lejanos. El procesamiento del nopal se da principalmente para fines de exportación. Los nopales en salmuera, escabeche o la

²¹ SAGARPA. Refuerzan México y Alemania sus mecanismos de colaboración para incrementar su comercio agroalimentario. Boletín Num. 033/05. México DF. p 1.

²² Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria. De nuestra cosecha. Nopal, leyenda, comercio y futuro en México. Revista mensual. Claridades Agropecuarias. México. Octubre 2001. p. 17.

mermelada de nopal, entre otros. Estos productos procesados han tenido muy buena aceptación en los mercados extranjeros. En los últimos seis años, ha crecido la demanda por nuevos alimentos, la mayoría con una buena dosis de valor agregado nacional, por ser considerados productos nuevos, exóticos y con propiedades benéficas.

Entre 1994 y 1999, la producción de alimentos procesados y bebidas en México alcanzó una tasa promedio de crecimiento anual de 7.4%, según cifras del World Trade Atlas²³. En el mismo periodo, las exportaciones de ese sector registraron un crecimiento promedio anual de 17.1% y ocuparon el segundo sitio en importancia dentro de las ventas al exterior de la rama agroindustrial. En el periodo 1996 - 2000, las ventas al exterior de este sector crecieron 9.3% en promedio anual, sumando 3,419.7 millones de dólares en el último año de referencia. Cabe mencionar que el principal mercado de las exportaciones agroalimentarias de México se concentra en Estados Unidos, al realizarse el 83.7% del valor de las exportaciones agroalimentarias mexicanas. la Unión Europea con el 5.8% del valor de las exportaciones²⁴.

El mercado europeo es una oportunidad para el desarrollo y diversificación de exportaciones de frutas y hortalizas, en sus diferentes presentaciones, así como de otros productos, debido a la ventaja que representa el poder abastecer la demanda en épocas de baja producción local.

Gracias a este aumento de la demanda internacional, se dedican miles de plantaciones de nopales a la exportación del producto²⁵, además de servir como alimento para los habitantes de México. Esta gran producción de nopales hace

²³ Oportunidades para traspasar fronteras. Febrero 2001. <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.hts?N=12152> Consultada el día 13 de septiembre de 2006.

²⁴ Principales Sectores Económicos <http://academia.gda.itesm.mx/euromexus/mexico.html> Consultada el día 18 de septiembre de 2006.

²⁵ Primeras Noticias. *Aumenta la demanda internacional de los nopales*, 8 de noviembre de 2004. <http://www.educared.net/primerasnoticias/hemero/2004/nov/soci/nopal/nopal.htm> Consultada el día 13 de septiembre de 2006.

posible que distintas comunidades dependan casi exclusivamente del cultivo de esta planta. Por fortuna, el nopal da frutos todo el año, con lo cual su recolección sólo disminuye en las épocas en las que otros cultivos son más rentables y competitivos. Por lo que la industrialización del nopal puede llegar a convertirse en una actividad de desarrollo regional la cual traería muchos beneficios a nuestro país.

CAPÍTULO II DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Para desarrollar un proyecto de exportación es preciso determinar si un producto responde a los requerimientos y necesidades de sus posibles clientes en el extranjero. Por ello, es importante describir el proceso de producción que la mermelada de nopal requiere.

2.1. El nopal: Evolución, usos e industrialización.

El nopal es una planta cactácea y legendaria de México, hablar del nopal como tal, nos podría remontar a la época prehispánica y de los diferentes usos que tenía, como por ejemplo el que fueran consideradas como plantas silvestres de las cuales lo único que se tomaba en cuenta era su fruto. Después se empezó a cultivar cerca de los asentamientos humanos para aprovechar la cochinilla del nopal y así utilizarla como tinta para las telas, esto por hablar de algunos usos.

Sin embargo esta cactácea ha sufrido una evolución cualitativa y cuantitativa. Pues empezó a utilizarse en forma de goma como un aglutinante en la formación y protección de muros, techos de adobe y pinturas. Tiene usos forrajeros, como complemento con alimentos fibrosos en la alimentación animal. En verdura en fresco, salmuera o escabeche, para dulces cristalizados, mermeladas y jaleas, harinas y jugos concentrados. En fin, sin cuestionamiento alguna se puede decir, que es una planta muy noble, la cual tiene una diversidad de usos, por lo cual se cultiva intensamente para fines del mercado, además de que se industrializa de diversas formas.

El nopal cuenta con un mercado potencial interno y externo, el cual podría empezar a explotarse por medio de un incremento de volúmenes de producción, el cual es susceptible a ser desarrollado entre productores e industriales. En estos últimos años ha surgido un interés muy importante por el nopal, pues es visto como una fuente alimenticia y de salud, por lo cual se ha incrementado su consumo, no solo en

fresco, sino en deshidratado, o industrializado. A causa de ello, han aumentado las áreas de cultivo de nopal para tener una mayor oferta de productos, que sean abundantes y que puedan colocarse en el mercado nacional e internacional. Los cuales muchas veces no han podido tener los alcances requeridos por falta de información y orientación a los exportadores. El nopal se cultiva en varios estados del centro del país como Morelos, Tlaxcala, Distrito Federal, el de México, entre otros²⁶, los cuales ofrecen oportunidades económicas a los productores y empresarios que estén dispuestos a desarrollar y capitalizar la creciente aceptación no solo nacional sino internacional de estos productos. Entre los principales productores mundiales de esta cactácea esta: Italia, España, el norte de África, Chile y Brasil, país donde se la cultiva sólo para forraje. Los cuales representan nuestros principales competidores a nivel internacional. Sin embargo, el nopal es de origen mexicano y por tanto, representa una fuente competitiva de comida, especialmente en lugares donde predomina la escasez de esta cactácea.

Además, hay que puntualizar las propiedades alimenticias que proporciona el nopal, al ser una cactácea rica en fibra, en vitaminas A, B, B2, clorofila, proteínas y minerales, así como de 17 aminoácidos. En el caso de la mermelada de nopal, aunque sea un producto procesado, se requiere de un procedimiento específico para conservar sus propiedades alimenticias. Lo cual resulta un factor atractivo e importante para los consumidores actuales que se preocupan por su salud, y que a causa de ello, productos como estos pueden tener un gran éxito, siempre y cuando se haga de la forma correcta desde el inicio de su producción hasta el momento de su distribución y venta.

²⁶ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, *“Nopal, leyenda, comercio y futuro en México”*. Claridades Agropecuarias. Revista mensual. México, Octubre 2001. p. 5

2.2 Descripción de la mermelada de nopal

La mermelada es un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, que es obtenida por cocción y concentración de frutas u hortalizas sanas, con adición de edulcolorantes, con o sin adición de agua. La elaboración de mermeladas es y seguirá siendo uno de los métodos más populares para la conservación de las frutas u hortalizas en general. Es importante que una mermelada de nopal presente un color brillante y atractivo para el mercado alemán. Debe de tener una apariencia bien gelificada sin demasiada rigidez. Un buen sabor y debe conservarse en buenas condiciones, cuando se almacene en un lugar fresco, perfectamente oscuro y seco. No solo debe de presentar un aspecto brillante y del color de la fruta, sino que también debe contar con un envase atractivo.

Este producto se eligió tomando en cuenta que es innovador y original. Así como alimenticio, atractivo y exótico que los alemanes pueden implementar como parte de su desayuno. Tiene una estancia en anaquel de tres años. La mermelada de nopal se encuentra en crecimiento y desarrollo, pues a pesar de que tiene aproximadamente cinco años que salió al mercado, tiene poca difusión y un potencial de crecimiento. Sin embargo, el mercado objetivo al cual se dirige este producto no tiene un conocimiento amplio del mismo, pero puede llegar a tener una buena aceptación.

La mermelada de nopal cuenta con las siguientes características:

- Envasada en un frasco transparente
- Con un contenido de 290 gramos
- Elaborado con nopalitos frescos, azúcar, ácido cítrico, pectina y benzoato de sodio.



La importancia de los elementos que se necesitan para la elaboración de una mermelada de nopal, es muy importante por lo que se necesitan ciertos insumos y materias primas para su producción.

2.2.1. Materias primas e insumos

Elaborar una mermelada de nopal resulta un poco complejo, ya que requiere un óptimo balance entre el nivel de azúcar, la cantidad de pectina y acidez. El azúcar es un ingrediente esencial, para la gelificación de la mermelada de nopal al combinarse con la pectina. Puesto que impide la fermentación y cristalización de ella.

En las mermeladas en general, la mejor combinación para mantener la calidad, una buena gelificación, así como un buen sabor, es cuando el 60% del peso final de la mermelada procede del azúcar añadido²⁷. El azúcar a utilizarse debe ser de preferencia azúcar blanca ya que esta permite mantener las características del color y sabor del nopal.

En lo que se refiere al ácido cítrico es un elemento que ayuda a darle el brillo a la mermelada, mejora el sabor, y al mismo tiempo evita la cristalización del azúcar así como, prolonga su tiempo de caducidad, en algunos casos el sustituto de este puede ser el jugo de limón. La cantidad que se emplea de varía entre 0.15 y 0.2% del peso total de la mermelada²⁸.

La fruta contiene en las membranas de sus células una sustancia natural gelificante que se denomina pectina. Las hortalizas o frutas verdes contienen la máxima cantidad de pectina, la cual ayuda a dar consistencia a la mermelada.

²⁷ Coronado Trinidad, Miriam. *Elaboración de mermeladas. Procesamiento de alimentos para pequeñas y microempresas agroindustriales*. Centro de Investigación Educación y Desarrollo. Perú. 2001 p 1.

²⁸ *Ibíd.* p 2.

Los conservantes son otros elementos importantes en la elaboración de una mermelada de nopal, ya que en este el benzoato de sodio actúa sobre hongos y levaduras, y es el que mas se utiliza en la industria alimentaria, debido a su bajo costo en su caso, se puede utilizar el bicarbonato de sodio.

Teniendo en cuenta esto, podemos mostrar el proceso de elaboración que requiere una mermelada de nopal, y ver el uso apropiado que se le da a estos insumos en tal proceso.

2.2.2. Descripción del proceso de producción de la mermelada de nopal

Para poder elaborar una mermelada de nopal es preciso contar con una serie de instrumentos que se utilizaran para su realización. Por tal razón se mencionará el equipo a utilizar.

Los utensilios y el equipo necesarios para la elaboración de la mermelada de nopal son los siguientes: pulpeadora o licuadora, cocina, balanza, refractómetro, ph-metro o cinta indicadora de acidez. En cuanto a material es necesario tener ollas, tinas de plástico, jarras, coladores, espumadera, frascos de vidrio.

Los ingredientes por unidad son: 340 gramos de nopales, 2 tazas de azúcar, $\frac{1}{2}$ taza de agua, se agrega un poco acido cítrico y de benzoato de sodio.

Luego de mencionar el equipo y utensilios, se describirá el proceso de elaboración de la mermelada de nopal, en su presentación de 290 gramos para el mercado de Alemania.

La elección de los nopales es el primer paso. Ya que estos deben ser sometidos a un proceso de selección, puesto que la cantidad de mermelada dependerá de la cantidad empleada, por lo que es necesario que los nopales se encuentren en buenas condiciones y así proceder a quitar las espinas. Un segundo paso es pesar

la cantidad de nopales, para poder determinar el rendimiento y calcular la cantidad de los otros ingredientes que se deben de añadir.

Después, se realiza el lavado de los nopales, con la finalidad de eliminar cualquier tipo microorganismos, suciedad y restos de tierra que pueda estar adherida al nopal. Esta operación se puede realizar por inmersión o agitación. Una vez lavados los nopales se recomienda el uso de una solución desinfectante. Las soluciones desinfectantes mayormente empleadas están compuestas de hipoclorito de sodio. El tiempo de inmersión no debe ser menor a 15 minutos.

La siguiente operación es picar en trocitos los nopales, que se dejen alrededor de 15 a 20 minutos en fuego, hasta que hiervan. Es importante que los nopales se cuezan suavemente antes de agregar azúcar. Este proceso de cocción es necesario para romper las membranas celulares del nopal y extraer la pectina. Si es necesario pues se agrega agua para evitar que se queme el producto. Los nopales se calentaran hasta que comiencen a hervir. Después se mantendrá la ebullición a fuego lento hasta que el producto quede reducido a pulpa. Deberán hervir hasta perder un tercio aproximadamente de su volumen original antes de añadir azúcar.

La cocción de esta mezcla tiene que ver con la calidad de la mermelada de nopal; por lo tanto requiere de mucha destreza y práctica por parte del operador. Un tiempo de cocción corto es de gran importancia para conservar el color y sabor natural del nopal. Esta se puede llevar acabo a presión atmosférica, el producto se concentra a temperaturas entre 60° y 70°C para una conservación idónea²⁹.

Una vez que todo esto esta en proceso de cocción y el volumen se haya reducido en un tercio, se añade el acido cítrico y el azúcar. La cantidad total de azúcar a añadir se calcula teniendo en cuenta la cantidad de pulpa obtenida. La mermelada

²⁹ Ibíd. p 9

debe de moverse hasta que el azúcar se disuelva. Disuelta, la mezcla será removida lo menos posible y después será llevada hasta el punto de ebullición rápidamente.

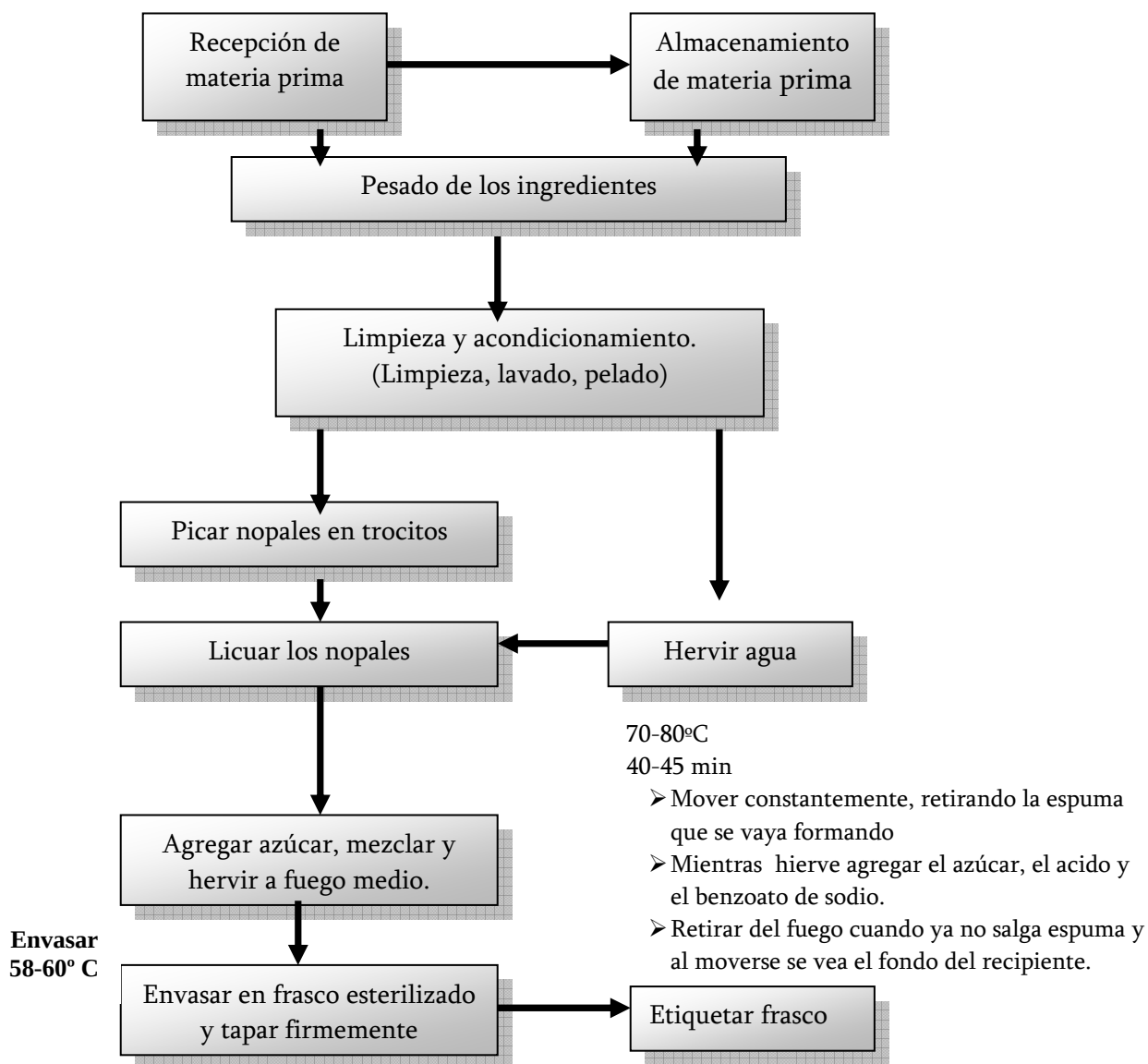
En la mermelada la acidez debe ser regulada, y esta se mide a través del ph. La mermelada debe llegar hasta un ph de 3.5, lo cual garantiza la conservación del producto. Esto con la ayuda de ph-metro el cual nos indicara que cantidad de acidez tiene la mermelada de nopal.

Después de esto es necesario conseguir el punto de gelificación, la cual se realiza con la adición de pectina mezclada con la azúcar que falta por añadir, evitando de esta manera, la formación de grumos Para la determinación del punto final de cocción se deben de tomar muestras periódicas hasta alcanzar la concentración correcta de azúcar y con ello obtener una buena gelificación. Una vez alcanzado el punto de gelificación se agrega el conservante (benzoato de sodio) el cual debe diluirse con una mínima cantidad de agua. Cuando este disuelto se agrega a la mezcla.

Finalmente, se retira la mermelada de nopal de la fuente de calor, se introduce una espumadera para eliminar la espuma formada en la superficie. Inmediatamente después, la mermelada debe ser transvasada a otro recipiente con la finalidad de evitar la sobre cocción que puede ocasionar oscurecimiento y cristalización. El transvase permitirá enfriar ligeramente la mermelada de nopal, por lo cual favorecerá la etapa siguiente que es el envasado.

En el diagrama 1 se muestra el proceso de elaboración de la mermelada de nopal, así mismo se enfatiza sobre algunos aspectos como los grados de temperatura de cocción y del envasado.

Diagrama 1. Proceso de producción de la mermelada de nopal



Fuente: Coronado Trinidad, Miriam. Elaboración de mermeladas. Procesamiento para pequeñas y microempresas agroindustriales. Centro de Investigación, Educación y Desarrollo. Perú. 2001.

El llenado se realiza hasta el ras del envase, se coloca inmediatamente la tapa y se procede a voltear el envase, con la finalidad de esterilizar la tapa. El producto envasado debe ser enfriado rápidamente para conservar su calidad y asegurar la formación del vacío dentro del envase. Al enfriarse el producto ocurrirá la

concentración de la mermelada dentro del envase, lo que ayudara a la formación de vacío, es el cual factor mas importante para la conservación del producto.

Una vez que nuestro producto esta totalmente terminado se tiene que almacenar en un lugar fresco. Después de transcurridas 24 a 48 horas en el almacén, se procede a la distribución y entrega del producto terminado. Este producto no se debe de mover en un lapso de 24 hrs, después de su elaboración, lo cual permite la gelificación completa de la mermelada de nopal. De lo contrario el movimiento, antes de cumplir con el tiempo requerido, provoca el rompimiento del gel, que aún se encuentra tierno, provocando el drenado del producto, el cual puede traer como consecuencia la formación de hongos y la descomposición de la mermelada.

Es necesario puntualizar que el etiquetado y envasado del producto, así como la inocuidad con que esta hecho debe de ser de acuerdo a ciertas normas establecidas. Con el propósito de que el producto cuente con las características necesarias para poder ser aceptada a nivel nacional y así no tenga problemas al salir de nuestro país.

Las Normas Oficiales Mexicanas son las que nos ayudarán en este paso, ya que, son regulaciones técnicas con carácter obligatorio³⁰. La norma oficial mexicana NOM-051-SCFI-1994, sobre especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados, establece que el marcado en cada envase del producto, debe llevar una etiqueta permanente visible que contenga la denominación del producto, el nombre comercial o marca comercial registrada pudiendo aparecer el símbolo del fabricante, el número de lote o clave de la fecha de fabricación, el contenido neto de acuerdo con las disposiciones de la Secretaría de Comercio, la leyenda "Hecho en México", el nombre o razón social del

³⁰Secretaría de Economía. Guías Empresariales. Normas Aplicables. <http://www.pymes.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guia=37&giro=1&ins=382> Consultada el día 23 de agosto de 2006.- Son expedidas por las dependencias competentes de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, que engloba todo en materia de normalización.

fabricante o titular del registro y domicilio en donde se elabore el producto, y la lista completa de ingredientes en orden de concentración decreciente.

Asimismo, se debe agregar la declaración nutrimental en la etiqueta, por lo que debe de contener los siguientes datos: contenido energético, la cual debe de expresarse en kcal por 100g o por porción ó envase; las cantidades de proteínas, carbohidratos, y grasas deberán expresarse por 100 g o por porción o por envase; la cantidad de sodio, la declaración numérica sobre vitaminas y minerales debe expresarse en unidades métricas o en porcentaje de la ingestión diaria recomendada por 100 g o por porción o por envase³¹. Ejemplo:

Cuadro 1. Etiqueta Mermelada de Nopal

INFORMACIÓN NUTRIMENTAL	
TAMAÑO DE LA PORCIÓN	2 CUCHARADAS 30g
PORCIONES POR ENVASE	9,666
CANTIDAD POR 100g	
CONTENIDO ENERGÉTICO	819,980 kJ 192,94 (kcal)
PROTEÍNAS	0,7g
GRASAS (LIPIDOS)	0,06g
CARBOHIDRATOS (HIDRATOS DE CARBONO)	47,4g
SODIO	0,03g
DECLARACIÓN NUTRIMENTAL COMPLEMENTARIA	
NUTRIMENTOS	PORCENTAJES DE IDR*
VITAMINA A (Equivalente de Retinol)	
VITAMINA C (Ácido Ascórbico)	
CALCIO mg	
MAGNESIO mg	
*Los porcentajes de ingestión diaria recomendada (IDR) corresponden a las recomendaciones ponderadas para la población mexicana de acuerdo a la NOM-051-SCFI-1994	

Fuente: Información proporcionada por la empresa JESHAR, S.P,R. DE R.L.

³¹ Diario Oficial de la Federación. Última modificación del 22 de noviembre de 2000.

Esta Norma Oficial Mexicana se complementa con las siguientes normas vigentes: NOM-002-SCFI Productos preenvasados - Contenido neto - Tolerancias y métodos de verificación. NOM-008-SCFI Sistema General de Unidades de Medida. NOM-030-SCFI Información comercial - Declaración de cantidad en la etiqueta - especificaciones³².

En lo que se refiere a salud la norma oficial NOM 130-SSA1 (1995)³³, que se refiere a los alimentos envasados en recipientes de cierre hermético y sometidos a tratamiento térmico, se requiere que la mermelada en el proceso de producción, en específico en el llenado se debe de dejar un espacio libre de acuerdo a la capacidad del envase, para tratar de evitar la contaminación de la superficie de cierre con el producto. Asimismo, los envases deben de ser herméticos y seguros, puesto que recibirán un tratamiento térmico con el procedimiento adecuado, de lo cual se tendrá que llevar un registro.

Es importante que el exportador tome en cuenta las regulaciones nacionales que son requeridas para comercializar su producto, pues aunque las leyes son diferentes en casa país, también son muy similares. Y cambian en algunas cosas. Por lo que se recomienda contar con estas regulaciones para que de esta manera el exportador tenga menos limitantes al sacar su producto.

Sin duda, la elaboración de este es sólo un eslabón más del proceso que se inicia con la recepción de la materia prima y continúa hasta la distribución y comercialización del producto terminado. En donde se tiene que establecer a que precio se venderá el producto tanto a nivel nacional como internacional. Por consiguiente el paso siguiente en la comercialización de la mermelada de nopal es

³² Simbiosis México. Guía explicativa de la Norma Oficial Mexicana. Universidad Nacional Autónoma de México UNAM. <http://www.simbiosis.unam.mx/seminario/GUIANOM051.html> Consultada el día 26 de septiembre de 2006.

³³ Secretaría de Salud. <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/130ssa15.html> Consultada el día 26 de septiembre de 2007.

fijar el precio de exportación correcto, así como es necesario establecer el medio de transporte por el cual es más viable mandar la mercancía.

2.3. Precio del producto

La venta de la mermelada de nopal implica la consideración de dos aspectos: por un lado este producto tiene que adaptarse a las necesidades del consumidor; y debe de ser accesible para él. Es decir, el precio de venta del producto debe estar acorde con el poder adquisitivo del consumidor.

Para determinar un precio de exportación de deben de tener en cuenta dos variables: 1.- la situación actual del mercado y 2.- los costos de producción así como la comercialización.

La mayoría de las medianas y pequeñas empresas que están interesadas en exportar suponen que para poder establecer el precio de exportación es suficiente con calcular los costos de producción y comercialización, adicionándoles a éstos el porcentaje de utilidad o beneficio. Pero determinar el precio de exportación es más complejo, ya que implica una evaluación de los costos, y un análisis de la situación del mercado, los cuales son los puntos de partida para poder fijar un precio de exportación.

Los costos los podemos clasificar de dos formas:

1.- Por medio de su función. Entre ellos se pueden mencionar los costos de producción, los cuales se generan en el proceso de transformación de la materia (materia prima, mano de obra, mantenimiento, entre otros); los costos de distribución o venta, son los gastos para trasladar el producto (empaques, transporte, embalajes, comisiones, entre otros); los costos de administración, en donde entran los sueldos, teléfono, oficinas y otros.

2.- Por su comportamiento. Los costos marginales o directos, que tienen que ver con la actividad o el volúmen dado, es decir, la producción, las ventas y comisiones que se generan de esta; los costos fijos o indirectos, que son aquellos que no cambian, así puedan cambiar las ventas, entre ellos se puede mencionar los sueldos, alquileres, depreciaciones y los costos semivariantes o semifijos, que están constituidos por una parte fija y otra variables como pueden ser los servicios públicos, la energía eléctrica, el teléfono entre otros³⁴.

De esta manera, se podrá sacar el costo unitario por producto el cual se hará dividiendo el costo de producción entre la producción mensual y a eso se le agregara su margen de ganancia.

Sin embargo, este procedimiento no es tan sencillo, pues requiere de una organización y contabilidad excelente, para que la mermelada de nopal cuente con un precio que sea benéfico para el productor y pueda competir con los demás productos.

Para formular el precio de exportación se dispone de dos procedimientos. Uno parte del precio de planta, al que se adicionan los demás conceptos para obtener el precio de exportación. El otro parte del precio del mercado (óptimo), y sustrae los conceptos agregados que se calculan aparte, para adecuar las variables de la ecuación al resultado predeterminado. Los cuales son:

- **Pricing:** Cotización con base en el mercado/competencia (base sustractiva). En este método se establece un precio óptimo final, diferente para cada mercado, y calculado con base en las condiciones de la oferta y demanda de productos similares y competitivos en el área de análisis. La ganancia neta variará de un lugar a otro, de acuerdo con las ventajas e inconvenientes del

³⁴ Maubert Viveros, Claudio. *Comercio Internacional: aspectos operativos, administrativos y financieros*. México, Trillas. 1998. p 128.

producto, en relación con otros similares y de acuerdo con la estabilidad de los mercados individuales.

Para quien se inicia en la exportación, este método no es el más adecuado, ya que a partir de un precio base habrá variables que se desconocen, incluso algunas de ellas estarán fuera del control del exportador.

- **Costing:** Precio con base en costos (base aditiva). A partir del costo de producción, se adiciona un margen de utilidad, además de fijar la estrategia de venta que contemple las variables, volúmenes, precios, tiempos y financiamientos, así como conocer la ganancia neta y adicionar sistemáticamente los gastos en que se incurran.

De igual manera debe tener en cuenta su objetivo de venta, es decir, si desea aprovechar su capacidad sobrante de producción o si desea tener posicionamiento en el mercado internacional, para poder establecer el precio de exportación en base a ello.

El precio es uno de los aspectos más importantes en la demanda, puesto que los consumidores alemanes prefieren productos saludables, naturales, innovadores y exóticos que contribuyan a su alimentación. De esta forma pone especial interés en los productos que son importados y compara productos de las mismas características, para seleccionar el de mejor calidad.

El mercado de los productos de desayuno está cambiando constantemente. Las últimas tendencias son las de combinar productos frescos con bebidas preparadas a partir de zumos de frutas. No obstante, los productos clásicos del desayuno

(mermeladas, cremas, pan, entre otros) vuelven a tener una tendencia positiva de crecimiento³⁵.

Teniendo en cuenta esto, en la siguiente tabla mostraremos las mermeladas que más demanda tienen en el mercado alemán así como, el precio en el que se encuentran. Para que en base a ello y lo anteriormente mencionado se pueda establecer un precio de exportación.

Cuadro 2. Mermeladas en Alemania % y precio

Mermelada	%	Precio Euros €
De fresa	25.40	3.54
Albaricoque	10.10	7.50
Frambuesa	8.60	3.27
Guinda Garrafal	4.70	4.28
Cereza negra	4.10	5.35
Frutas del bosque	3.90	7.40
Cereza	3.90	4.20
Arándano	3.60	6.30
Escaramujo	3.20	5.60
Baya	2.70	4.28
Otros	29.80	-----

Fuente: IRI / Gfk Tetail Services& Lebensmittel Praxis*.

Conforme a la tabla anterior nos podemos dar cuenta que la mermelada de fresa tendría una cuarta parte del total de las mermeladas consumidas en Alemania. Las mermeladas de albaricoque y de frambuesa también representan un porcentaje importante. El resto esta repartido entre un numeroso grupo de variedades, entre las cuales se pueden mencionar la mermelada de guinda garrafal, cereza negra, frutas del bosque, arándanos, entre otras.

³⁵ ICEX. Ficha de mercado. *El sector de las mermeladas, confituras y miel en Alemania*. http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/195162_18681_.pdf Consultada el día 27 de septiembre de 2006.- De acuerdo al Instituto de análisis alemán Gfk, en el 2001, el incremento en mermeladas ha sido del 1.5% y del 4.5% en las ventas y la facturación correspondiente.

* Para poner los precios se tomo en cuenta mermeladas con un contenido de 300grs

Por otra parte, también podemos darnos cuenta que el precio de la mermelada varia según la gama de sabores que se encuentran en el mercado, así como el tamaño. Sin embargo se puede decir, que el precio de las mermeladas en Alemania va de 2 € hasta 11 €.

En el caso de México, la mermelada es un producto tradicional que va desde la manufactura casera, o en otros casos bajo la marca de alguna empresa como puede ser McCormick, Clemente Jacques, entre otras. El precio de las mermeladas varia, en el caso de una de 290 a 300 grs., oscila entre \$12 y \$40. Es de gran relevancia, tener presente los precios que existen tanto a nivel nacional e internacional para hacer un punto de equilibrio, el cual haga factible el negocio.

En el caso de la mermelada de nopal los precios que se establecen son:

Precio unitario	\$15
Precio por caja (24 unidades 290g)	\$336

Fuente: Información proporcionada por la empresa JESHAR, S.P,R. DE R.L.

Precios de mayoreo en México. Inversión entre \$20,000.00 y \$50,000.00 M.N.

Precio unitario (en planta)	\$11
Precio por caja (24 unidades de 290g)	\$264

Fuente: Información proporcionada por la empresa JESHAR, S.P,R. DE R.L.

A nivel nacional, se encuentran algunas empresas que producen este producto como son: Los Remedios, Nopalitoz Gourtmnet, San Miguel, Herdez, Azteca, San Marcos, así como la empresa JESHAR, S.P.R. DE R.L.

El cálculo del costo de un producto de exportación debe considerar elementos diferentes de los que se toman en cuenta para el mercado nacional. Ello se debe a que en este último, por ejemplo, se incluyen gastos de publicidad, los cuales no deben repercutir necesariamente en el costo del producto de exportación.

El empresario debe hacer inicialmente un análisis contable en el que defina sus estrategias y cuide no descapitalizarse, programando una rotación de su flujo financiero que le permita contar con un precio competitivo de exportación. Por lo que es importante que se elaboren cotizaciones claras y completas que incluyan condiciones comerciales (INCOTERMS, Cláusulas de pago, tiempos de entrega, plazos de crédito, entre otros.)

2.4. Incoterms

Para la modalidad en que la mermelada de nopal llegará al país destino. Es necesario hablar de los Términos de Comercio Internacional, mejor conocidos en ingles por sus siglas, como: Incoterms, los cuales se recopilaron por primera vez en 1936, y tuvieron enmiendas y adiciones en los años 1953, 1967, 1976, 1980, 1990; la última versión data de enero de 2000. Las revisiones han tenido el fin de actualizarlos en relación con las prácticas comerciales internacionales³⁶.

Estos términos utilizados en la exportación juegan un papel muy importante, ya que el adecuado uso y aplicación, facilita las operaciones de comercio internacional, y determina las obligaciones de las partes implicadas. Al mismo tiempo, disminuye los riesgos que existen, a causa de complicaciones legales.

Un aspecto relevante que se debe mencionar es que los Incoterms solo regulan la distribución de los documentos, la entrega de la mercancía, la distribución de los costes de la operación, y los riesgos que pudieran existir. Pero no contemplan, la legislación aplicable a los puntos no reflejados en estos términos, ni la forma de pago de la operación. Por tal razón es importante meditar muy bien el Incoterm a utilizar. Por tal razón la mercancía debe estar perfectamente descrita en el contrato, de no ser así podría ser declarado nulo. Asimismo, se establecerá claramente la cantidad o los criterios para determinarla.

³⁶ Bustamante Morales, Miguel Ángel. *Los Créditos Documentarios en el Comercio Internacional*. México: Trillas, 1998. p.20

En cuanto a los reclamos por defectos de la mercancía, estos deben de hacerse de inmediato después de conocidos. El período de tiempo puede estar estipulado en el contrato o en el derecho aplicable³⁷.

La elección de un término de comercio internacional resulta complejo debido a las responsabilidades y obligaciones así como los riesgos que implican para las partes. Es importante tener conocimiento que los Incoterms se han dividido en 4 grupos para una mejor comprensión y lectura. Estos grupos son: el E, F, C y D, que se diferencian en función del lugar en que las mercancías han de ser puestas a disposición del comprador, y en quien recae la responsabilidad del pago del transporte, ya sea en el vendedor o comprador³⁸.

El grupo E (término EXW, EX – WORKS) en el cual desde el punto de vista de la responsabilidad de las partes, es la más simple para el vendedor, ya que se limita a cumplir los requisitos en cuanto a la calidad, cantidad y tipo de mercadería, así como ponerla a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor y en la fecha o plazo fijado. El comprador debe cargar a su costo la mercadería sobre el medio de transporte, realizar los trámites necesarios para exportar el producto, abonar los transportes ulteriores y sus correspondientes seguros entre otras cosas. Por lo tanto la responsabilidad recae más en el comprador, y el vendedor tiene menos riesgos y gastos.

El cuanto al grupo F (FCA – Free carrier, FAS – Free alongside ship, FOB – Free on board.) el vendedor es el encargado de entregar la mercancía a un medio de transporte escogido por el comprador, o al costado del buque.

El grupo C (CFR – Cost and freight, CIF – Cost insurance and freight, CPT – Carriage paid to, CIP - Carriage and insurance paid to) el vendedor contrata el

³⁷ Fratalocchi, Aldo. *Incoterms, Contratos y Comercio Exterior*. Argentina. 1999. p 11.

³⁸ Marti Abad, Javier. *Criterios para la elección de INCOTERMS*. Universidad de Barcelona. p.4

transporte, sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía por hechos ocurridos después de la carga y despacho de la mercancía.

En estos dos grupos se puede apreciar que las responsabilidades y obligaciones para las partes implicadas son más equitativas, por lo que el comprador y el vendedor comparten obligaciones.

Por último, el grupo D (DAF – Delivered at frontier, DES – Delivered ex ship, DEQ – Delivered ex quay, DDU – Delivered duty unpaid, DDP – Delivered duty paid) Este el caso contrario al primer grupo (E) al ser el vendedor el responsable de todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país destino.

Para seleccionar el Incoterm, se necesita tener conocimiento del medio de transporte, así como de las obligaciones y responsabilidades que se deben de cumplir.

Entre los Incoterms que se pueden utilizar son: FAS, FOB, CFR, CIF, DES y DEQ (INCOTERMS 2000).

Para efecto de esta investigación, la mermelada de nopal se enviará por vía marítima, al considerarse que los costos son más bajos en comparación al aéreo. Se considera sacar de 1 a 2 toneladas de mermelada de nopal, en un contenedor consolidado, ya que los primeros embarques no son cantidades fuertes, puesto que tienen el objetivo de dar a conocer el producto, posicionarlo y ver el impacto que este causa en el mercado alemán, de lo cual dependerán los siguientes embarques.

La ruta por la cual se llevará la mercancía es por camión del Distrito Federal al puerto de Veracruz, ahí se embarcara hasta llegar al puerto de Hamburgo que representa el segundo puerto de mayor tráfico en Europa y el primero en Alemania y se encuentra ubicado en el Río Elbe.

Cuadro 3. Ruta de Embarque



Fuente: Autoría propia.

Considerando las obligaciones y responsabilidades que tienen las partes, el Incoterm adecuado es el de Cost and Freight (CFR) (2000) especificando siempre el puerto de destino. Aquí el precio incluye la entrega a bordo del buque en el puerto de embarque, así como contratar el transporte y pagar el flete al puerto de destino. Esto como riesgo y responsabilidad del vendedor.

Por la parte contraria el comprador se ve obligado a pagar los gastos de la inspección de la mercancía, el pagar la descarga y los trámites de importación, así como contratar el seguro desde el puerto de embarque hasta el lugar de destino final.

A continuación se presenta el siguiente cuadro que esquematiza más específicamente las obligaciones a las que se comprometen, tanto el importador como el exportador.

Cuadro 4. CFR, Costo y Flete, especificando el puerto de destino

El vendedor esta obligado a:	El comprador esta obligado a:
-Suministrar la mercancía y la factura comercial, ó de cualquier otra prueba de conformidad con el contrato de compraventa.	-Pagar el precio convenido en el contrato de compraventa.
-Conseguir la licencia de exportación u otra autorización oficial. Llevar acabo los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.	-Conseguir la licencia de importación o cualquier otra autorización oficial. Así como llevar acabo los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
-Contratar el transporte de la mercancía al puerto de destino.	-Asumir los riesgos de pérdida o daño de la mercancía, desde el momento en que sobrepasa la borda del buque.
-Entregar la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque, en ola fecha estipulada.	-Pagar los gastos de la mercancía desde el momento en que sobrepase la borda del buque.
-Sufragar los daños de pérdida o daño hasta el momento que sobrepasa la borda el buque. Así como pagar los gastos de la mercancía, el flete y los gastos de las formalidades aduaneras necesarias para la exportación.	Pagar los derechos, impuestos y otras cargas oficiales, así como los costos, de llevar acabo los trámites aduaneros exigidos en la importación de loa mercancía.
- Sufragar los gastos de embalaje necesarios	

Fuente: Bustamante Morales, Miguel Ángel. Los Créditos Documentarios en el Comercio Internacional. México: Trillas, 1998

De esta manera, ambas partes tienen riesgos y responsabilidades. Así no se inclina la balanza a un solo lado (importador ó exportador). Es vital, establecer el año del Incoterm al que se hace referencia, ya que han existido siete ajustes, que han traído cambios a estos términos y que por ello es importante dejar claro que se esta pactando al momento de negociar.

El exportador debe poner especial cuidado al momento de establecer los términos en que acuerdan poner la mercancía. Puesto que cualquier error u olvido podría dejarlo desamparado y sin armas para defender sus gastos. Las empresas tienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes.

CAPÍTULO III

MERCADO SELECCIONADO

Una vez realizada la selección del producto, se pasa a la etapa de la investigación del mercado, la cual debe ser lo más cuidadosa y profunda posible. Debe incluir un análisis completo de la situación actual del país de destino y sus expectativas en el mediano plazo, principalmente en lo referente al entorno económico, político, social, ambiental y al producto.

3.1. Características del país (Republica Federal de Alemania)

La República Federal de Alemania es un país de Europa Central. Limita al norte con Dinamarca, el Mar Báltico con el mar Norte; al este con Polonia y la República Checa; al sur con Austria y Suiza. Al oeste con Francia, Luxemburgo Bélgica y Países Bajos. Su capital es Berlín. Entre sus ciudades más importantes destacan: Hamburgo, Munich, Frankfurt, Leipzig y Colonia.

Mapa 1. República Federal de Alemania



Fuente: Constanze Kleis. *La actualidad de Alemania*. Frankfurt, Alemania 2005. p 3

3.1.1. Superficie y clima

Tiene una extensión de 357.050 Km² de los cuales el 55% son superficie agraria y el 28% forestal. El territorio Alemán perteneciente a la media Europa está constituido por un conjunto de pequeños bosques, separados por depresiones. El norte del país esta surcado por ríos y canales. Sus paisajes son variados. Se divide en cinco grandes regiones naturales: la llanura del norte, la elevación de las montañas medias, las tierras escalonadas de las montañas medias sur occidentales, las estribaciones sur alemanas de los Alpes y los Alpes bávaros.

El clima de Alemania constituye un tipo de transición entre el marítimo (zona de vientos occidentales moderados y templados del Océano Atlántico) y el continental en la parte oriental. Las temperaturas no suelen experimentar grandes fluctuaciones. Se presentan precipitaciones a lo largo de todo el año. En invierno la temperatura media oscila entre 1,5°C en las tierras bajas y 6 grados bajo cero en las montañas. Los valores medios del mes de julio se sitúan en torno a los 18°C en las tierras bajas y los 20°C en los valles protegidos del sur.

3.1.2. Población

Actualmente Alemania cuenta con una población de 82.422.299 millones de habitantes con un índice de crecimiento 0.6%. Es el país más poblado de la UE. Aproximadamente el 91% son nativos y el 9% restante esta constituido por inmigrantes³⁹. Su densidad poblacional es de 230 habitantes por km², es la más alta de Europa, después de Bélgica y Países Bajos.

El 88% de la población vive en ciudades. En Alemania hay una urbanización 90 grandes ciudades de más de 100.000 habitantes. Casi 53 millones de personas profesan la religión cristiana (26 millones de católicos, 26 millones de protestantes,

³⁹ <http://www.indexmundi.com/es/alemania/> Consultada el día 2 de octubre de 2006.

900.000 cristianos ortodoxos), 3,3 millones son musulmanes, 230.000 budistas, 100.000 judíos, 90.000 hinduistas. Desde 2005 una Ley de Inmigración regula todos los aspectos de la inmigración⁴⁰ La composición étnica originaria consta de distintos grupos germánicos: francos, sajones, suavos y barvaros.

3.1.3. Sistema Político y administrativo

Es un país que tuvo que pasar por algunas dificultades en su historia ya que, al término de la Segunda Guerra Mundial fue dividida en República Federal de Alemania (RFA), conocida como Alemania Occidental y la República Democrática Alemana (RDA), conocida como Alemania Oriental. Pero el 3 de octubre de 1990, la RDA pasó a formar parte de la RFA, por lo que Alemania se volvió a unificar.

En virtud del tratado de unificación, la constitución del 23 de mayo de 1949 se modificó el preámbulo y el artículo final, por lo que desde el 3 de octubre de 1990 la Ley Fundamental rige para toda Alemania, y se considera como un Estado Federal democrático y social.

Cuadro 5. Aspectos generales de Alemania

Forma de gobierno	República Federal
Presidente Federal	Horst Köhler
Canciller Federal	Angela Merkel (CDU)
Ministerio Federal de Relaciones Exteriores	Frank-Walter Steinmeier (SPD)
Ministerio Federal de Hacienda	Peer Steinbrück (SPD)
Ministerio Federal de Protección del Consumidor, Alimentación y Agricultura	Horst Seehofer (CSU)
Organismo encargado del Comercio Exterior	Cámara de Industria y Comercio
Embajador de Alemania en México	Dr. Eberhard Kölsch
Encargado del Comercio Exterior de Alemania en México	Johannes Hauser
Embajador de México en Alemania	Emb. Jorge Castro-Valle Kühne
Representante de Bancomext en Alemania	Lic. Francisco N. González Díaz
Tipo de cambio	1 euro = 14.4440 MXP (Julio 2006)
Diferencia de horario	Ciudad de México +7 hrs
Clima y vestimenta sugerida	Para la vestimenta hay que considerar que la temperatura no suele experimentar grandes fluctuaciones durante el día y que las precipitaciones se distribuyen a lo largo de todo el año. En invierno la temperatura media oscila entre 2 °C en las tierras bajas y -6°C en las montañas. En el mes de julio se sitúa en torno a los 18°C en las tierras bajas y los 28°C en los valles del sur.

Fuente: BANCOMEXT, (cd-room) Como hacer negocios en Alemania. 2003

⁴⁰ BANCOMEXT.(cd-room). *Como hacer negocios en Alemania*. 2003

3.1.4. Idioma

El alemán es el idioma oficial del país. La moneda de Alemania es el euro. A partir del 1º de enero de 1999, las tasa de conversión entre el euro y las monedas nacionales de los países miembros de la UE fueron irrevocablemente fijadas, por lo que el euro se convirtió en la moneda oficial.

3.1.5. Aspectos económicos.

Alemania se caracteriza por tener una economía bajo el concepto “Soziale Marktwirtschaft” (economía social de mercado) la cual se caracteriza como un modelo económico que, teniendo en cuenta el apoyo esencial de la libertad económica, acentúa la función de control y de regulación del estado para evitar injusticias sociales. Asimismo, es considerada como una de las potencias mundiales, al contar con el producto interno bruto (PIB) más alto de la Unión Europea y por lo tanto con uno de los más altos ingresos per cápita. El PIB del país se estimó en US\$ 2.705 billones, en el 2004, donde apenas el 1.2% correspondió a la agricultura. El crecimiento a diferencia del año precedente fue de 1.7% y el PIB per capita fue de US\$ 32.789. En el 2005 el PIB fue de US\$2.454 con una tasa de crecimiento del 0.9%. En cuanto a los ingresos per cápita es de US\$29, 800. En el ámbito internacional, ocupa uno de los primeros lugares en el comercio internacional siendo el país más exportador del mundo⁴¹.

Representa el mayor mercado europeo para productos de alimentación. Al ser el país que ocupa el segundo lugar de importación, después de Estados Unidos, de productos agrícolas.

⁴¹ *El PIB de Alemania creció un 0,9% en 2005 siete décimas menos que en el año precedente.* Negocios Economía. Wiesbaden Alemania. En: <http://www.lukor.com/not-neg/economia/0601/12104633.htm> consultada el día 23 de octubre de 2006. - Datos publicados por la oficina Federal de Estadística de Alemania.

Alemania no es sólo un país altamente industrializado, sino también un país en donde la agricultura es cualificada, y gracias a ella, se permite mantener una población en el medio rural.

La agricultura en Alemania representa un papel muy escaso en la economía alemana, debido a que se importa casi un tercio de su consumo de alimentos (Ver cuadro 6). Las explotaciones agrícolas en Alemania occidental son bastantes pequeñas. En Alemania Oriental la mayor parte de las explotaciones funcionan de una forma colectiva, por lo que el gobierno ha tomado la decisión de convertir la tierra en un sistema de posesión individual. Un 3% de los trabajadores se dedican al sector agrícola.

Cuadro 6. Comercio de Alemania por tipo de producto.

En porcentajes, año 2004

Conceptos	Exportaciones	Importaciones
Productos Agrícolas	5%	8%
Combustibles y productos de Minería	4%	13%
Manufacturas	84%	70%

Fuente: World Trade Atlas

En cuanto a las importaciones de Alemania en el sector agropecuario y agroindustrial en el 2004 fueron de US\$ 52,690 millones. Las importaciones de este sector están conformadas principalmente por frutas (frescas, congeladas, secas o en conservación). Las hortalizas frescos y procesados representaron tan solo el 23.6% de estas. Esto represento en el período 2000-2004 que incrementara este sector en una tasa de 6%. Lo cual quiere decir que aunque este sector represente tan solo una pequeña parte, no deja de tener importancia y con ello poder aprovechar la ventaja de que Alemania importe una gran parte de este tipo de productos por no poder abastecer por si solo el mercado.

Las confituras, jaleas y mermeladas son de gran aceptación en el mercado alemán, pues es uno de los principales importadores de este rubro como se muestra en la siguiente tabla.

Cuadro 7. Confituras, jaleas y mermeladas (código Taric 2007) Toneladas

VARIABLES	1997	1998	98/97...	1999	99/98	2000	00/99...	2001	01/00...
Importaciones	95.492	86.848	-9.05%	87.529	.078%	92.883	6.12%	87.788	-5.49%
Exportaciones	57.195	52.160	-8.80%	61.559	18.02%	60.391	-1.90%	62.614	3.68%

Fuente: World Trade Atlas (GTI) año 2002

Se aprecia que hay un equilibrio entre las importaciones y exportaciones de confituras, jaleas y mermeladas alcanzándose en el 2001 un déficit comercial de 25.174 toneladas, es decir, un 35% menos que en 1997⁴².

Entre los principales países proveedores de las importaciones se encuentran los socios comunitarios, por efectos de cercanía y preferencias arancelarias, entre estos tenemos Holanda seguido por Francia, Bélgica, Italia, Reino Unido, Austria, Suiza, y Republica Checa, en conjunto concentran los principales socios. En cuanto al nexo comercial que tiene con Estados Unidos, ocupa el sexto lugar dentro de los socios comerciales de Alemania seguido de China.

A lo largo del tiempo, Alemania ha ido tomando mucha fuerza, y ello se demuestra en que es una economía muy rica, así como tiene un vasto mercado consumidor, y tiene una ubicación central que lo coloca en una zona estratégica para entrar al mercado (Ver anexo1).

⁴² ICEX. Ficha de mercado. El sector de las mermeladas , confituras y miel en Alemania. http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/195162_18681_.pdf Consultada el día 27 de septiembre de 2006.

3.2- Regulaciones, restricciones y requerimientos a considerar para la importación de mermelada de nopal a la Republica Federal de Alemania.

Para poder llevar acabo una exportación, se requiere conocer sobre las leyes internas que rigen el país de destino. Con el propósito tener conocimiento, si el producto cumple con los requisitos necesarios y poder introducirlo a ese mercado. Así como, para tener conocimiento de los derechos de aduana que pueden o no aplicarse a nuestra mercancía.

Otro aspecto que no se debe pasar desapercibido es, si México cuenta con algún tratado o acuerdo internacional, para aprovechar los beneficios de este. México tiene un acuerdo de libre comercio con la UE, por lo cual es importante tener conocimiento de su contenido en materia agropecuaria y con ello facilitar el comercio de este tipo de productos.

3.2.1. Acuerdo de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM)

El 8 de diciembre de 1997 se firmo el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y de Cooperación entre México y UE, que entro en vigor el 1° de julio del 2000. Este acuerdo presenta la estructura de los acuerdos europeos “de cuarta generación”⁴³, que tiene como fin la creación de una zona de libre comercio, el dialogo político, así como la cooperación y ayuda al desarrollo. El Acuerdo fue firmado inicialmente entre México y la Unión Europea, la cual se encontraba

⁴³Maduga Bonet, Antonio. *La cooperación al Desarrollo como instrumento de la Política Comercial de la Unión Europea*. Banco Interamericano de Desarrollo, Dpto. de Integración y Programas Regionales. www.iadb.org/intal/aplicaciones/uploads/publicaciones/e_INTALITD_WPPRE_2006_Bonet.pdf Consultada el día 3 de septiembre de 2006.- Los acuerdos de cuarta generación se enmarcan dentro de marcos más amplios de cooperación que se han expandido hacia áreas avanzadas de cooperación como la propiedad intelectual, la ciencia y tecnología, las telecomunicaciones y las tecnologías de la información.

conformada por 15 países⁴⁴. Pero a partir del 1º de mayo 2004 se sumaron a ella otras 10 entidades⁴⁵.

De esta forma se aceleró la marcha de México hacia la apertura, al garantizar el acceso preferencial y seguro de nuestros productos al mercado más grande del mundo. Por lo que nuestras relaciones económicas se diversificaban tanto por el destino de nuestras exportaciones como por la fuente de ingresos de las empresas. Generando mayores flujos de inversión extranjera directa y alianzas estratégicas para promover la transferencia de tecnología.

Este acuerdo tiene como objetivo la abolición, paso a paso, de barreras arancelarias y otros obstáculos de comercio. Hasta el 2005 para las exportaciones de bienes mexicanos a Europa, y hasta el 2007 para las exportaciones europeas hacia México. Inicialmente se estableció que el 52% de los bienes que tuvieran un arancel se irían liberando poco a poco hasta quedar en tasa de 0% para el 2007. De esta manera, se lograría la liberalización comercial del 100% de productos industriales y el 62% de los productos agrícolas. Hasta el año 2003 el TLCUEM afectó a un 96% de todos los productos y servicios. Hay unas pocas excepciones de productos muy sensibles, sobretudo del sector agropecuario, mientras que otros productos agrarios son tratados con mayor preferencia como el vino, la cerveza, verduras, el tabaco de producción europea, café, aguacates, flores, diferentes tipos de frutas y miel entre otros de producción mexicana⁴⁶.

⁴⁴ El Portal de la Unión Europea. http://europa.eu/abc/12lessons/index3_es.htm Consultada el día 11 de septiembre de 2006. Los 15 países son: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, España, Grecia, Francia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal, Suecia y Reino Unido. Doce elecciones sobre Europa.

⁴⁵ El Portal de la Unión Europea. http://europa.eu/abc/12lessons/index3_es.htm. Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta y la República Checa.

⁴⁶ BANCAMEX, (cd-room) *Como hacer negocios en Alemania*. 2003

La mayor parte del comercio entre México y la UE se compone de productos industriales. Los productos agropecuarios representan sólo un 6.7% de las importaciones y un 4.4% de las exportaciones europeas hacia México⁴⁷.

De este hecho, partimos para explicar como podemos llevar acabo la importación de la mermelada de nopal en Alemania, puesto que los procedimientos aduanales de este país, se rigen por las leyes de la UE y de la República Federal de Alemania⁴⁸. Es importante distinguir entre la legislación "armonizada", convertida en la UE y aplicable a todos los Estados miembros la cual consta de varias Directivas que en los Tratados de Roma se consideran como una decisión colectiva mutuamente obligatoria aprobada por los miembros de la UE. De esta manera los actos legislativos pueden tener diferentes formas como: regulaciones, directivas, decisiones, recomendaciones y opiniones aprobadas por las instituciones de la Unión.

La legislación "no-armonizada", convertida en el nivel nacional y aplicable solamente en ese Estado miembro particular de la UE. El proceso de la armonización fue comenzado para simplificar el proceso comercial y para reducir costes de la transacción. Los exportadores y los importadores se benefician de la armonización de la UE, puesto que un sistema de legislación substituye 15 (o 25 a partir del año 2004) sistemas potencialmente diversos de todos los Estados miembros.

⁴⁷ BANCOMEXT, (cd-room) *Como hacer negocios en Alemania*, 2003

⁴⁸ Unión Europea. Regulaciones para la importación de productos alimenticios y agrícolas. <http://www.expoecuador.org/documentos/Exportar%20a%20la%20UE%20medidas%20sanitarias.doc> Consultada el día 27 de agosto de 2006.- Es importante anotar que cuando la legislación de la UE esté incompleta o ausente, las leyes de los Estados Miembros se aplican, y muchas veces son leyes diferentes en cada miembro de la UE.

3.2.2. Estándares de calidad Europeos

En Europa existen cada vez más regulaciones en el campo de la seguridad, salud y calidad del medio ambiente. Logrando de esta manera el bienestar del consumidor, es por ello que cualquier producto, que cumpla con todos los requisitos mínimos de calidad, tienen libertad de movimiento en la Unión Europea y aquellos productos que tengan los más altos estándares de calidad, tendrán preferencia por parte de los consumidores, puesto que a ellos les interesa estar enterados sobre el producto, en especial su calidad.

A nivel de la Unión Europea la política de calidad que protege y promueve el desarrollo de productos agroindustriales de excelencia, ha propuesto tres tipos de sellos de calidad: la Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegidas, la Especialidad Tradicional Garantizada y la Producción Orgánica. En cada uno de estos casos existe una norma comunitaria que uniforma los criterios para establecer la uniformidad de estas categorías a nivel de todos los estados miembros⁴⁹.

Debido a las exigencias del mercado es necesario que el exportador interesado en competir, este actualizado en los estrictos y cada vez mayores requerimientos de calidad. Entre los cuales figuran:

La norma International Organization for Standardization (ISO) que utilizan algunas empresas europeas que están conscientes de que el mercado demanda productos con las especificaciones y niveles de calidad que el consumidor espera. Un ejemplo de ella es la ISO 9000:2000. Junto con ISO 14000 se conocen como estándares del sistema de gerencia genérico. Se pueden aplicar a cualquier organización, producto

⁴⁹ De Mendoza Rodríguez, Rosalía. Aplicación del análisis de riesgos, identificación y control de puntos críticos en la elaboración de frutas tratadas térmicamente: frutas en almíbar, mermeladas <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/DOCSAL4687.doc> Consultada el día 28 agosto de 2006.- El conocer la situación de los sellos de calidad en alimentos en países donde el mercado de estos productos está más desarrollado es una experiencia válida para estudiar las posibilidades de implementar sistemas de sellos de calidad que apoyen la comercialización y el desarrollo de productos agroindustriales de excelencia.

o compañía de servicio, privado o público. El "sistema de gerencia" se refiere a lo que hace la organización para manejar sus procesos, o las actividades. Es una garantía que tiene el producto ya que es un indicador de que la empresa mantiene procedimientos de producción y métodos de trabajo estandarizados, lo que significa que la empresa tiene manejo de programas de calidad y sanidad.

Existen tres estándares del sistema de gerencia de la calidad: ISO 9000:2000 (QMS - fundamentales y vocabulario); ISO 9001:2000 (QMS - Requisitos); ISO 9004:2000 (QMS - dirección para la mejora del funcionamiento).

Así mismo, los fabricantes que sostienen un certificado de la ISO 9001:2000 poseen un activo importante. Es un punto de venta importante al hacer negocio en el mercado competitivo del UE y contribuye fuertemente a la confianza en un socio comercial. La calidad, la salud, la seguridad y los programas ambientales de la gerencia generalmente se entretajan fuertemente con el plan total de la gerencia de la ISO

Los estándares de ISO pueden ser una fuente importante para los exportadores en países en vías de desarrollo, contribuyendo a levantar su capacidad a la exportación y competir en mercados globales.

3.2.3. Productos agrícolas industrializados

En lo referente a productos agrícolas industrializados es preciso apuntar que también se mantienen controles de calidad que son importantes para facilitar el acceso al mercado, entre ellos se puede apuntar a el Hazard Analysis and Critical Control Points⁵⁰ (HACCP) el cual es aplicado a aquellos que tengan algún procedimiento, tratamiento, empaque, transporte o distribución relacionado con el

⁵⁰ La Directiva de la UE sobre Higiene en los productos alimenticios (93/43/EC)

comercio de alimentos. Se exige realizar exámenes de riesgo macro-biológico, microbiológico, toxicológico, medioambiental y físico.

De acuerdo con el Reglamento CE 852/2004, que es una revisión de la Directiva CE 43/1993. La cual establece que todos los agentes económicos del sector alimenticio deberán garantizar que todas las etapas del proceso de las que sean responsables, desde la producción primaria hasta la puesta a la venta o el abastecimiento de los productos al consumidor final, se llevan a cabo de forma higiénica según los principios del sistema HACCP.

Adicionalmente, de conformidad con el Reglamento (CE) nº 178/2002, establece que los agentes económicos del sector alimentario deberán aplicar sistemas y procedimientos que permitan asegurar la trayectoria de los ingredientes y alimentos. Define además que los productos alimenticios importados a la comunidad deben cumplir las normas de higiene comunitarias u otras equivalentes.

3.2.4. Salud y Seguridad

Actualmente el consumidor es más exigente y por esa razón busca mayor calidad y seguridad alimentaria en los productos, por lo que el proceso de elaboración adquiere mayor relevancia.

Por tal razón las importaciones de comestibles de origen no animal en la UE están reguladas por condiciones generales y específicas, con la intención de proteger la salud de los consumidores.

Las reglas generales aplicables son:

- Principios generales y requisitos de la ley del alimento
- (CE No. 178/2002, DO L-31 01/02/2002).
- Reglas generales de la higiene de los comestibles
- (EC No. 852/2004, DO L-226 25/06/2004)

- Condiciones generales referentes a los contaminantes en el alimento,
- Condiciones generales de la preparación de comestibles;
- Control oficial de comestibles.

Los requerimientos básicos de la Ley General del Alimento se encuentran en el Reglamento Europeo la CE no 178 del 28 de enero de 2002 se hace referencia a la seguridad de los alimentos, y de las obligaciones que los importadores deberán tener en todas las etapas de la producción.

De acuerdo al art. 11 de este Reglamento, el alimento que sea importado por la UE debe satisfacer los requisitos de la Ley General del Alimento⁵¹, con las condiciones optimas reconocidas por la UE, respetando el acuerdo específico que se tenga con el país exportador.

En cuanto a las responsabilidades de los importadores de alimento en la UE (artículo 19 del Reglamento CE no 178/2002) Se debe tener en cuenta que si el producto no cuenta con los requisitos mínimos de seguridad, debe de informar a las autoridades competentes para sacarlo del mercado.

El Reglamento (CE) No.1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo establece las directrices generales sobre los materiales y objetos destinados al Mercado de la Unión Europea que entrar en contacto con los alimentos. Tiene como principio básico “que cualquier material u objeto destinado a entrar en contacto directa o indirectamente con alimentos ha de ser lo suficientemente inerte para evitar que se transfieran sustancias a los alimentos en cantidades lo suficientemente grandes para poner en peligro la salud humana, o para ocasionar una modificación inaceptable de

⁵¹Comisión Europea. Guidance document - *Key questions related to import requirements and the new rules on food hygiene and official food controls*, http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf Traducción propia. Consultada el día 29 de agosto de 2006.-La Ley General de Alimentos entiende por alimento: “cualquier sustancia o productos destinados a ser ingeridos por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si han sido transformados entera o parcialmente” Se establece la llamada Autoridad en caso de que haya algún problema en los alimentos.

la composición de los productos alimenticios o una alteración de las características organolépticas de éstos”. Para garantizar el cumplimiento de este principio, el reglamento establece una lista de sustancias autorizadas, especificaciones de pureza y límites específicos para la migración de ciertos componentes a los alimentos o a su superficie. Adicionalmente, existen directivas que cubren los grupos de materiales, artículos y sustancias que se enumeran en el Reglamento General⁵².

En Alemania la norma básica por la que se rigen los productos alimenticios y de consumo es la Lebensmittel und Bedarfsgegenstandegesetz LMBG (Ley Reguladora de productos alimenticios y otros bienes de primera necesidad) la cual constituye el marco normativo que establece una serie de prohibiciones y principios básicos.

Todos los productos destinados al consumo humano, deben garantizar su condición de calidad y demostrar que están en buen estado, lo cual se hace a través de la exigencia de certificados y el cumplimiento de normas de calidad. En lo que respecta a la UE es necesario que el producto que sea importado, cumpla con ciertos requisitos, mediante un certificado que demuestre su inocuidad⁵³.

En el caso de la mermelada, como es un producto procesado debe contar con una constancia sanitaria de exportación, la cual se tramitará ante la Secretaría de Salud.

La inspección de sanidad debe ser solicitada por el importador o su representante antes de la importación en Alemania. Ya que, además de la verificación de los documentos, las autoridades que se encuentren en la aduana de entrada, examinarán los productos que lleguen y solo si se cumple con los requisitos, el producto podrá ser introducido.

⁵²Europa Food Safety. http://europa.eu.int/comm/food/food/chemicalsafety/foodcontact/eu_legisl_en.htm. Consultada el día 29 de agosto de 2006.

⁵³ Diario Oficial de la Unión Europea Reglamento no 2073 de la Comisión Europea de 15 de noviembre de 2005. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/oj/2005/l_338/l_33820051222es00010026.pdf Consultada el día 29 de agosto de 2006.- Reglamento (CE) no 2073/2005 de la Comisión de 15 de noviembre de 2005 relativo a los criterios microbiológicos aplicables a los productos alimenticios.

Por ello, es prescindible saber que tipos de impuesto se deben de pagar para introducir nuestro producto, y así no tener ningún problema.

3.2.5. Gravámenes Internos

La mermelada de nopal en la UE tiene una tasa de importación del 0% en este país. Tiene otro tipo de impuesto, el cual consiste en pagar el IVA del 7%. Este pago de IVA se considera como pago de importación y es tratado como derechos de aduana.

Estos impuestos son armonizados dentro de la Unión Europea por la Directiva 92/12/EEC, acerca de regulaciones generales, y por varias Directivas que regulan impuestos sobre los productos.

En Alemania se aplica este IVA como reducido para el sector de alimentos, ya que cada Estado Miembro puede fijar sus precios conforme a lo establecido en la Directiva 77/388/EEC⁵⁴ (Ver anexo 2).

Sin embargo, nuestro producto debe contar con otras características para poder ser aceptado por Alemania, entre ellas: el empaque y el etiquetado.

3.2.6. Empaque y Etiquetado

En la Unión Europea todos los comestibles deben de cumplir con los requisitos de etiquetado y empaque que se han impuesto. Para poder ser introducidos en este mercado.

⁵⁴Export Helpdesk for developing countries. VAT Overview for the European Union. http://export-help.cec.eu.int/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/taxes/notes&reporterId1=EU&file1=ovr_vat_eu_0406.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ovr_vat_de_0406.htm&reporterLabel2=Alemania&label=&languageId=es Consultada el día 24 julio de 2006.

El rotulado y etiquetado debe efectuarse de manera que salte a la vista y en letras impresas suficientemente grandes. En los envases o envolturas definitivas de los productos alimenticios se indicarán⁵⁵:

- *La denominación de venta del producto.*- Esto se refiere a la denominación usual según la rutina general en el mercado. Marcas de fábrica o comerciales. Nombres de fantasía no pueden utilizarse en lugar de la denominación genérica usual en el mercado.
- *Lista de ingredientes.*- Se requiere que la palabra “ingredientes” deba estar escrita. Especificando los ingredientes que fueron utilizados para la elaboración del producto.
- *La cantidad neta del producto.*- Kilogramo o gramo para los productos que no son líquidos.
- *Fecha de caducidad.*- Esta es la fecha mínima de durabilidad de un producto alimenticio, la cual es puesta bajo condiciones razonables de almacenamiento, para que el producto conserve sus propiedades específicas. La fecha de caducidad tendrá que ser indicada con texto claro, sin clave, con las palabras “por lo menos conservable hasta...”, con la indicación de día, mes y año. Tratándose de productos alimenticios cuya conservabilidad mínima es superior a 3 meses, podrá omitirse la indicación del día y del mes, y de otros cuya tiempo en conservación asciende a más de 18 meses, podrá omitirse la indicación del día y del mes, siempre que se mencione la conservación con las palabras "por lo menos conservable hasta fines de...". Si la durabilidad mínima sólo está garantizada al mantenerse una determinada temperatura o al observarse otras condiciones, habrá que incluir adicionalmente una indicación correspondiente.

⁵⁵ De acuerdo a las reglas generales colocadas por la Directiva del Consejo 2000/13/EC, DO L-109 06/05/2000

- *Las condiciones especiales de conservación y de utilización.-* Si requiere de refrigeración después de abrir.
- *El nombre del negocio y dirección del importador.*

Estos detalles deben aparecer en una etiqueta unida a los comestibles pre-embalados. Los detalles de etiquetado obligatorios deben aparecer en documentos comerciales mientras que el nombre bajo el cual se vende, la fecha de caducidad y el nombre del fabricante deben aparecer en el empaquetado externo⁵⁶.

El etiquetado deberá incluir la indicación del contenido total de azúcares mediante los términos "contenido total de azúcares... gramos por 100 gramos", en el que la cifra indicada representa el valor del producto acabado, determinado a 20 °C, con una tolerancia de +/-3 grados. No obstante, la cantidad de azúcares podrá, no indicarse cuando ya figure en el etiquetado una declaración de propiedades nutritivas relativa a los azúcares, de conformidad con la Directiva 90/496/CEE del Consejo⁵⁷.

Es preciso mencionar que el responsable del rotulado y etiquetado para exportar la mermelada de nopal, es el exportador. Las mercancías importadas que lleven una declaración en idioma extranjero, deberán ser provistas de una etiqueta adhesiva escritas en idioma alemán que responda a las exigencias del mercado ya señaladas con anterioridad.

La regulación Europea en cuanto a empaque, se basa en la norma de la UE directiva 94/62/EC⁵⁸, donde se establece las normas de empaque para los diferentes

⁵⁶ Diario Oficial N° L 010 de 12/01/2002 p. 0067 - 0072

⁵⁷ Directiva 2001/113/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2001, relativa a las confituras, jaleas y "marmalades" de frutas, así como a la crema de castañas edulcorada, destinadas a la alimentación humana

⁵⁸ El derecho de la Unión Europea. Directiva 94/62/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 1994, relativa a los envases y residuos de envases.

productos, sin embargo continua la existencia de las regulaciones nacionales, que para el caso de Alemania, se basa en el "German Packaging Act", con el cual se busca reducir el impacto de los empaques al medio ambiente, a el transporte, el secundario, y para las ventas.

En el caso de la mermelada de nopal esta es envasada en vidrio el cual es un material tradicional para el envasado de alimentos, y probablemente el que mayores ventajas brinda y seguridad en términos de la salud del consumidor. Entre algunas de sus ventajas se encuentran: la estabilidad química, es impermeable, esterilizable, refractable, retornable, transparencia e higiene, que esta aprobado por la Unión Europea, y tiene presentación e imagen.

3.2.7. Prohibiciones

Los aditivos alimentarios son sustancia que se añaden a los alimentos con el fin modificar sus propiedades. En ningún caso tienen el papel de enriquecer el alimento.

En la UE se tiene prohibido que los alimentos estén contaminados, o que tengan residuos de pesticidas, el uso de ciertos aditivos alimenticios, irradiación o radiactividad.

La Comisión de las Comunidades Europeas ha establecido, a través de diversas Directivas, las disposiciones que norman el uso y cantidad de aditivos en productos alimenticios (Ver anexo 3).

En lo que concierne a la legislación alemana con respecto a las confituras, mermeladas y jaleas, es importante señalar que las define como preparaciones homogenizadas con un contenido de azúcar de al menos el 60%, en el cual quedan

http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=ES&numdoc=31994L0062&model=guichett Consultado el día 26 de julio 2006.

prohibidos la utilización de ciertos tipos de conservantes, por ejemplo, ácido bórico, ácido salicílico, compuestos con desdoblamiento de formaldehído, entre otros.

Para el caso de Alemania el empleo de una sustancia conservadora química se indicará en los envases dentro de la lista de enumeración de aditivos, señalándola con las palabras: "Agente conservador...". Se especificará el conservador con su denominación. No están permitidos los calificativos generalizadores como "usual en el comercio", "ligero", "inocuo".

Es importante, tener en cuenta que los contaminantes en el alimento pueden representar una deficiencia en proceso de producción. Lo cual representa un riesgo verdadero para la seguridad del alimento. Para el caso de las plantas y hortalizas están regulados los niveles máximos de los residuos del pesticida en el alimento, que están regulados en la directiva 76/895/EE, 86/362/EEC y 90/642/EC⁵⁹.

Los métodos de conservación química sólo están permitidos para determinados productos alimenticios. Por lo que no puede conservar o tratarse arbitrariamente con cualquiera de los agentes conservadores autorizados, pues esta estipulado el tipo de conservador a utilizar y la cantidad (máxima) permitida del mismo para los distintos productos alimenticios conservables⁶⁰.

En México, conforme a la norma oficial NOM 130-SSA1(1995), en cuanto a los aditivos alimenticios que se permiten en la mermelada, es importante mencionar que hay una variedad de ellos (Ver anexo 4) Como conservador se podrá emplear el benzoato de sodio ó ácido benzóico en tal cantidad que no exceda de 0.1% en masa, expresado como ácido benzóico en producto final, ácido sórbico o sus sales

⁵⁹ Europa. EurLex. Directiva 94/62/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 1994, relativa a los envases y residuos de envases. http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=ES&numdoc=31994L0062&model=guichett consultado el día 26 de julio 2006

⁶⁰ BANCOMEXT. *Guía de exportación sectorial Alimentos Procesados*. México 2000.

de sodio o potasio en cantidad tal, que no exceda de 0.02% en masa, expresado como ácido sórbico en el producto final⁶¹.

3.2.8. Declaración del valor en aduana

Todos los bienes importados en la UE deben ser declarados a las autoridades de aduana del Estado Miembro respectivo usando el documento conocido como Single Administrative Document (SAD) que es la forma de declaración de importación común para todos los Estados Miembros⁶². La declaración debe ser preparada en uno de los idiomas oficiales de la UE.

La información que debe ser declarada es:

- Identificar los datos de las partes implicadas en la operación (importador, exportador, representante....)
- Especificar si la mercancía es para la circulación libre, para el consumo, si es una importación temporal, tránsito....)
- Identificar los datos de las mercancías (Código Taric, peso, unidades), de la localización y del empaquetado.
- La información sobre el medio de transporte
- Datos sobre el país de origen, el país de la exportación.
- Información comercial y financiera (Incoterms, valor de factura, seguro)
- Declaración y método de pago de los impuestos de importación (los deberes de tarifa, IVA)

⁶¹ Norma oficial mexicana. Nom 012-ssa1-1993. *"Requisitos sanitarios que deben cumplir los sistemas de abastecimiento de agua para uso y consumo humano públicos y privados"*. http://ujed.com.mx/varios/curso_forestales/normas_oficales/SSA/NOM-SSA-lacteos.doc Consultada el día 22 de agosto de 2006.

⁶² Europa. Aduanas. *Código aduanero comunitario. Reglamento (CEE) 2913/92* <http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l11010.htm> consultada el día 26 de julio de 2006.

En Alemania el cuerpo administrativo responsable de controlar productos importados de terceros países es el Bundeszollverwaltung (Administración de Aduana Federal). Esto consiste en autoridades de aduana descentralizadas, regionales que son subordinadas al Bundesministerium der Finanzen (Ministerio de Hacienda Federal)⁶³.

Es necesario tener en cuenta que el comercio entre importadores y exportadores en la UE está basado en la buena fe. Si el importador europeo encuentra que los alimentos importados no cumplen con lo ofrecido y con las expectativas esperadas, inmediatamente descalificara al exportador y difícilmente volverá a hacer negocios con él.

Se recomienda que los exportadores mexicanos de alimentos procesados procuren contar con un agente, representante o importador conocido para facilitar la penetración de los productos a este mercado. Estos contactos o importadores tienen estrecha relación con los consumidores y conocen de las especificaciones requeridas que se deben cumplir por el exportador.

Una vez que se han determinado los aspectos que son necesarios considerar para nuestro producto. Se deben de considerar la manera de cómo negociar en Alemania y con ello tener dos ventajas: una que nuestro producto cumple con lo requerido en ese país, y dos la manera de cómo el exportador se tiene que manejar al momento de negociar.

⁶³ Centre For The Promotion Of Imports From Developing Countries. *Exporting To The European Union Your Guide To Trade-Related Information On The Eu Market*. <http://www.cbi.nl/marketinfo/cbi/?action=showDetails&id=61> . Consultada el día 29 de agosto de 2006.

3.3. Como negociar con los alemanes

Entre alemanes y mexicanos puede resultar un poco complicado entenderse, lo cual no es de extrañarse por ser dos culturas diferentes, pero por otro lado, las negociaciones entre estos países es cada vez más necesaria, por lo que debemos de tomar en cuenta algunos aspectos relevantes al negociar con los alemanes.

Los alemanes son personas que les interesan la calidad de un producto y no tanto la cantidad. Quieren lo mejor aunque cueste más. Son personas muy puntuales y les agrada confirmar sus citas de trabajo. Saludan con la mano y la estrechan fuerte. No se acercan al interlocutor cuando hablan, lo cual da un aspecto de ser fríos y distantes.

Preparan a conciencia sus reuniones, tiene un orden del día, y una vez empezada la reunión desean cumplir punto por punto con el objetivo de tomar decisiones rápidas, lo cual pueden entrar en conflicto con el exportador mexicano a la hora de negociar temas delicados, y puede ser visto como inflexible a la hora de negociar.

Se recomienda no tener comentarios desatinados, ya que para los alemanes es mal percibido el humor en cuestiones de negocios. La gesticulación con las manos al momento de hablar no les parece adecuada. Es importante que a la hora de negociar el exportador conozca perfectamente su producto, así como su negocio, para darle confianza al negociador alemán y con ello se pueda llegar a un acuerdo. Por lo que al momento de presentar y escuchar argumentos los alemanes no están acostumbrados a que se mezclen las emociones, por lo cual no se debe interrumpir al otro mientras habla.

Lo esencial al momento de negociar es convencer a la otra parte de las ventajas del producto con criterios objetivos.

El idioma para los negocios es el alemán. En caso de no dominarlo, será oportuno preguntar si la cita se puede desarrollar en idioma inglés o si se requiere de un traductor. El lenguaje debe ser muy formal.

La dura competencia internacional, ha hecho que los alemanes se conviertan en excelentes negociadores. Ya que tratan de sacar las mejores condiciones, pero una vez firmado el contrato son muy fieles en su cumplimiento.

En lo que respecta al pago, se caracterizan por hacerlo generalmente de una manera rápida y por giro. El pago a largo plazo es visto por ellos como un signo de solvencia. Y por lo regular pagan en un transcurso de 30 días. Los horarios de trabajo son de 8:30am a 5:30pm.

Para abrir y cerrar negociaciones con alemanes debe observarse la situación desde otro ángulo para entender la otra parte negociadora y cuestionarse su propia cultura. Al final, las costumbres de cada país no son ni mejores ni peores, simplemente diferentes. Así, no solamente es una lástima perder un negocio interesante por no querer entender la cultura de la otra parte negociadora sino que ninguna empresa puede permitírselo en un mundo empresarial en el que los cambios son cada vez más rápidos y la competencia más feroz.

3.4. Canales de comercialización y distribución.

Otro aspecto muy importante en el momento de negociar e introducir el producto es la manera de comercializar el producto. La distribución en Alemania esta dominada por grandes grupos. Existe un gran número de empresas dedicadas a la distribución. Sin embargo la cuota de concentración es tan elevada que 10 empresas ocupan el 84.9% del mercado, mientras que los primeros 30 ocupan el 99%. Lo cual deja un poco más del 1% para las empresas restantes.

El sistema de distribución en Alemania sigue los modelos de la mayoría de los países de Europa Occidental con reducciones de números de empresas a través de adquisiciones y fusiones, lo que ocasiona que se creen oligopolios.

En este mercado la competencia entre los proveedores nacionales y extranjeros es muy alta, por lo cual los márgenes de beneficio obtenidos son reducidos, en específico para aquellos productos de consumo cotidiano. Entre los países europeos que proveen mermeladas están: Francia, Italia, Bélgica y Dinamarca entre los más importantes. En cuanto América Latina, destaca Costa Rica y Brasil.

El mercado de Alemania representa un potencial interesante para productos con un fuerte componente innovador y que sean especialidades extranjeras. En el caso de la mermelada de nopal representa un producto nuevo, rico en contenido de nutrientes.

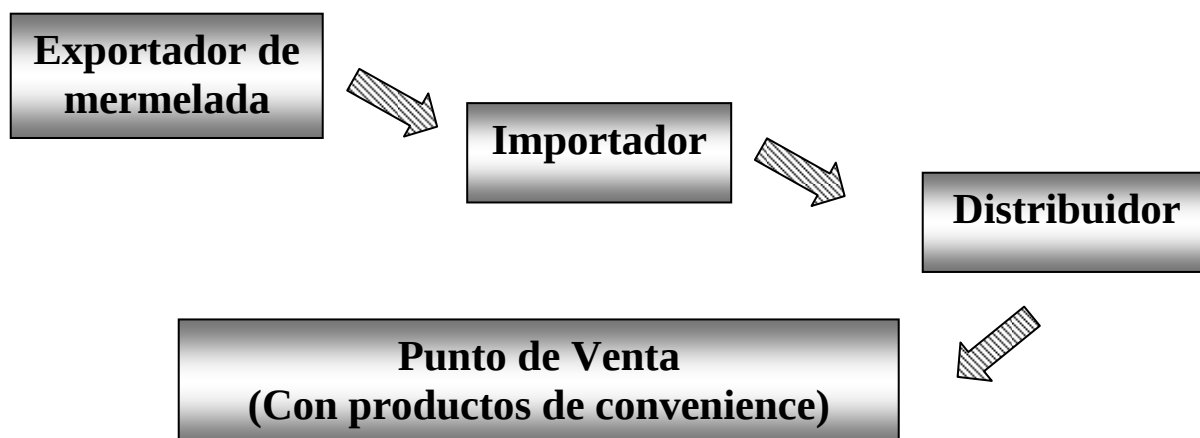
La industria agroalimentaria en Alemania y las empresas extranjeras que se encuentran en este país, están lanzando constantemente productos nuevos al mercado, por lo que la competencia es muy fuerte. Se recomienda que antes de introducir un nuevo producto en el mercado, sea comercializado temporalmente con el apoyo del proveedor. Los productos innovadores que consiguen posicionarse en el mercado y de acuerdo a los lineamientos actuales y habituales de compra de los consumidores, pueden tener una excelente oportunidad.

Se debe de buscar introducir la mermelada de nopal por medio de tiendas minoristas⁶⁴, para empezar a colocar el producto y ver el impacto que este va adquiriendo. Ya que, de que este tipo de tiendas ha mejorado su consumo por gracias a productos innovadores. Se venden productos de conveniencia, es decir, de

⁶⁴ Oficina Económica y Comercial de España en Dusseldorf. *El comercio organizado de productos alimentarios en Alemana*. Agosto de 2003. www.mcx.es/duesseldorf.- Se entiende por tiendas minoristas a los almacenes de autoservicio, los hipermercados de alimentación, pequeños hipermercados, gran almacén, almacén , tienda de descuento y tiendas de conveniencia.

consumo fácil y práctico; por medio de hedonismo, que son aquellos que transmiten ciertas emociones y originalidad.

Diagrama 2. Canal de distribución



Fuente: BANCOMEXT. Guía de Exportación a Alemania. México, 2003

El sector de la distribución minorista de alimentación, se ha caracterizado en los últimos años por una expansión de los establecimientos de los tipos de discount (de descuento) e hipermercados como principales puntos de venta, mientras que los pequeños supermercados y el comercio tradicional minorista pierden terreno. Entre los que destacan se encuentra Rewe, Edeka y Aldi.

En el área de mermeladas, confituras y jaleas, es importante que el exportador tenga conocimiento de la competencia nacional que existe en Alemania. Ya que al existir una variedad de mermeladas, confituras y jaleas, es necesario evaluar si es factible o no que la mermelada de nopal pueda entrar al mercado y competir con los demás productos.

En el siguiente cuadro se identifica las empresas que se dedican a producir y comercializar este producto.

Cuadro 8. Competencia nacional en Alemania

Franz Zentis GMBH and Co. Julicher Strasse 177 Aachen Fuente: www.zentis.de	Empleados: 1500 Ventas: 460 mil Eur Año de fundación: 1893 Productos: Confituras y mermeladas normales, dietéticas, dulces, entre otros.
Deutsche Unilever GMBH Dammthorwall 15 Hamburg	Empleados: 23200 Ventas: 4696 mil Eur Año de fundación: 1930 Productos: Confituras mermeladas, gran variedad. Productos de belleza.
Fritz Homann Lebensmittelwerke GMBH Bahnhofstrasse 4 Dissen Fuente: www.homann.de	Empleados: 2150 Ventas: 388 mil Eur Año de fundación: 1876 Productos: Confituras, helados, salsas, y mermeladas, entre otros.
Odenwald – Konserven GMBH Bahnhofstrasse 31 Breuberg	Empleados: 210 Ventas: 82 mil Eur Año de fundación: 1956 Productos: Confituras, fruta, verdura envasada, así como mermeladas.
Van de Bergh Foods GMBH Theodor – Heus Alle 8 Bremen	Empleados 1500 Ventas: 376 mil Eur Año de fundación: 1921 Productos: confituras, mermeladas, pastas, salsas, aceites y cereales.

Fuente: ICEX. Ficha de mercado. El sector de las mermeladas, confituras y miel en Alemania.

Para subsistir en el comercio minorista de Alemania, se deben ofrecer productos a precios competitivos, ya que se tiene como meta el de sustituir los productos viejos y débiles, por otros nuevos y competitivos de marcas propias.

De acuerdo a datos estadísticos y encuestas realizadas la comunicación de la industria al comercio con respecto a nuevos productos se realiza en un 42% de los casos mediante anuncios en prensa especializada, en un 36% a través de comunicación directa entre ambas y en un 30% es transmitida por los equipos vendedores de la industria⁶⁵.

⁶⁵ Oficina Económica y Comercial de España en Dusseldorf. *El comercio organizado de productos alimentarios en Alemana*. Agosto de 2003. www.mcx.es/duesseldorf.

Las campañas publicitarias y el grado de reconocimiento de la marca son factores decisivos para lograr la aceptación del consumidor final. Por ejemplo hace algunos años Coca Cola saco a la venta un nuevo refresco llamado coca cola light limón, el cual fue elegido por la prensa especializada alemana como el producto innovador estrella. Después le seguía un helado de siete sabores producido por una empresa alemana de nombre Lagnesse, y por último ser coloco una mermelada con sabor vainilla y cereza de la empresa Schwartauer Werke de origen alemán también⁶⁶.

3.5. Ferias y eventos internacionales

Otros medio por el cual es importante promocionar el producto son las ferias internacionales, que tienen como objetivo hacerle publicidad al producto y de esta manera tener una estrategia de venta. En este tipo de eventos las empresas presentan a los visitantes sus productos, su precio y su distribución. En donde se otorga un stand el cual, es una especie de embajada de la empresa.

El éxito de estas ferias radica principalmente en la imagen propia del evento, la fecha de realización, el lugar, el tipo de invitados y la publicidad masiva (televisión, revistas especializadas, periódicos entre otros). Las ferias pueden ser lineales si se tratan de productos específicos ó no lineales cuando son generales. La participación en ferias es importante, por que promueve el producto, es por ello que se sugiere que la participación sea constante, a fin de crear una imagen, que traerá mejores resultados.

En Alemania se celebran alrededor de dos tercios de las más importantes ferias internacionales. Más de 190 países envían visitantes y expositores para hablar de negocios. Por lo que es el 1º centro ferial a nivel mundial.

⁶⁶ Ibíd.

Entre las ferias internacionales importantes, para el 2007 se encuentran:

Cuadro 9. Ferias Internacionales

Internationale Grüne Woche Berlin - Semana Verde Internacional de Berlin-Feria Internacional de la industria alimentaria, agricultura, horticultura y jardinería	19 – 28 enero
Cologne - ISM - Feria Internacional de Confitería	28 – 31 enero
Berlin - FRUIT LOGISTICA - Feria Internacional para el Marketing de Frutas y Hortalizas	8 – 10 febrero
INTERNORGA - Feria monográfica internacional para la hostelería, gastronomía, servicios de comedores, panadería y repostería	9 – 14 marzo

Fuente: BANCOMEXT. Como hacer negocios en Alemania. 2005. (CD ROOM)

Para obtener información de cómo poder participar en esta clase de eventos se sugiere que el empresario acuda a las oficinas centrales o módulos de atención de la Secretaría de Economía. De igual forma, pueden realizarse consultas en el módulo de ferias y exposiciones internacionales la cual se encuentra en la página de contacto PYME en: www.contactopyme.gob.mx .

CAPÍTULO IV

MARCO LEGAL DE EXPORTACIÓN Y APOYOS FINANCIEROS

La exportación es el régimen aduanero que permite la salida legal de las mercancías del territorio aduanero para su uso o consumo en el mercado exterior. En este apartado se explicarán los requisitos que son necesarios para poder exportar, así como los apoyos financieros que el exportador puede solicitar.

4.1. Regulaciones y requisitos que son necesarios para poder exportar la mermelada de nopal.

Una parte importante de la exportación es el despacho aduanero, que consiste en el conjunto de actos y formalidades que se deben realizar en la aduana, relativos a la salida de mercancías del territorio nacional. Para ello, el exportador mexicano tendrá que estar enterado de todos los requisitos que se necesitan. Así mismo deberá identificar las regulaciones en base al régimen jurídico interno del comercio exterior⁶⁷, que se constituye por:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley de Comercio exterior y su reglamento
- Ley Aduanera y su reglamento
- Ley del Impuesto General de Exportación e Importación
- Código Fiscal de la Federación
- Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA)
- Ley Federal de Derechos
- Ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR)
- Ley de Propiedad Industrial y su Reglamento
- Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento

⁶⁷ Moreno Valdez Hadar, et.al. *Comercio Exterior sin Barreras*, p. 53.- Se entiende por ello, a el conjunto de disposiciones jurídicas que regulan directa o indirectamente en el territorio nacional de los intercambios de mercancías, servicios y los aspectos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, entre México y los mercados externos.

- Ley General de Salud
- Ley de Sanidad Vegetal

Existe una amplia gama de ordenamientos jurídicos cuyo conocimiento y estudio resultan indispensables para toda persona que desee adentrarse en el estudio del marco jurídico y operativo del comercio exterior de México.

En lo que respecta a la constitución. El artículo 131 constitucional nos dice que “es facultad privativa de la Federación gravar las mercancías que se importen o exporten (...)” por lo que, “el ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación o importación”⁶⁸. Dicha norma se encuentra en la Ley de Comercio Exterior, que en términos generales se ocupa de la conducción de las negociaciones comerciales internacionales, de las facultades que tiene la Secretaría de Economía relacionadas con reglas de origen de las mercancías, así como de los mecanismos de promoción a las exportaciones. En México, es facultad del Congreso de la Unión establecer contribuciones al comercio exterior⁶⁹.

La Ley Aduanera y su reglamento regulan la entrada y salida de mercancías del territorio. De igual manera la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación y las demás leyes y ordenamientos, regulan la entrada al territorio nacional y la salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que se deriven de este o de dicha entrada o salida de mercancías⁷⁰.

⁶⁸ *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, Septiembre de 1995. México.

⁶⁹ *Ibíd.* Artículo 73, Fracción XXIX-A

⁷⁰ Ley Aduanera (LA) Artículo_1. Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior 2006. Ediciones Fiscales ISEF. Mayo 2006. México.

4.1.1. Documentación necesaria para exportar

Para poder llevar acabo el proceso de exportación de la mermelada de nopal, es necesario cumplir con los trámites y la recopilación de documentos, certificados y formatos, expedidos por las autoridades mexicanas, los cuales nos ayudaran a exportar la mercancía.

La Ley Aduanera reconoce dos tipos de exportaciones la definitiva y temporal, que para efectos de este trabajo se tomara en cuenta la exportación definitiva, que se define en el artículo 102, y se considera como la salida de mercancías del territorio nacional, para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado y para una finalidad específica.

Es el agente aduanal quien le pedirá al exportador los siguientes requisitos⁷¹:

- Dar de alta un Agente Aduanal o Apoderado Aduanal.
- Clasificación Arancelaria del producto. La cual no es necesario que el exportador la tenga, sino que el agente puede ayudar con este trámite.
- Pedimento de exportación.
- Factura comercial de la empresa.
- Certificado de origen. Certificado de circulación de mercancías EUR.1 expedido por la Secretaría de Economía (SECON)
- Certificado Sanitario expedido por la Secretaría de Salud.
- Conocimiento de Embarque (Bill of lading). Documento expedido por la empresa transportista.
- Lista de empaque.

⁷¹ Ley Aduanera. *Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior 2006*. Ediciones Fiscales ISEF. Mayo 2006. México.- Para poder materializar una exportación definitiva, la Ley señala en la fracción II del artículo 36 que los operadores del comercio exterior deben presentar en la aduana de salida los documentos necesarios para llevar acabo dicho acto.

Se debe de contar con un Registro Federal de Contribuyentes (RFC) ya que, de acuerdo al artículo 31 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se señala la obligatoriedad del pago de impuestos que tienen todas las personas físicas o morales que realicen operaciones lucrativas.

En relación con las empresas (entidades) privadas, la inscripción al RFC podrá ser en dos modalidades:

- Como persona física con actividad empresarial: Es necesario presentar la solicitud de inscripción al RFC, acompañada entre otros, de los siguientes documentos: fotocopia de Constancia de la Clave Única de Registro de Población (CURP), en caso de tenerla; Original y fotocopia de identificación oficial; Acta de nacimiento en copia certificada o en copia fotostática certificada por un funcionario público competente o fedatario público y fotocopia; Original y copia de comprobante de domicilio.
- Como persona moral con fines lucrativos: La Ley General de Sociedades Mercantiles, reconoce las siguientes especies: Sociedad en Nombre Colectivo; Sociedad en Comandita Simple; Sociedad de Responsabilidad Limitada; Sociedad Anónima; Sociedad en Comandita por Acciones; y Sociedad Cooperativa.

La más frecuente para constituir una empresa es la Sociedad Anónima, cuyos requisitos más importantes son los siguientes:

- Tener dos socios como mínimo,
- Contar con un capital social mínimo de \$50,000 pesos (moneda nacional),
- Constituir la empresa ante notario público y
- Registrar el nombre de la empresa en la Secretaría de Relaciones Exteriores.

La exportación debe realizarse por conducto de un agente aduanal o apoderado aduanal⁷², quien deberá legalmente estar autorizado por el exportador y el cual presentará la mercancía en la aduana, para ser revisada por la autoridad. Este trámite se realizará dando de alta ante la Administración General de Aduanas al agente aduanal. Los requisitos son: entregar un escrito emitido por la aduana, donde se indica número de patente y nombre del agente aduanal, su cédula profesional y el formato R.1 (como persona física).

4.1.1.1. Clasificación Arancelaria

En México, la tarifa que se asigna a un producto esta conformada por un código de 8 dígitos el cual recibe el nombre de fracción arancelaria, este determina un arancel, debido a que forma parte del Sistema Armonizado para la Codificación y Designación de Mercancías (SADCM), conocido también como Sistema Armonizado.

Fue adoptado por el Consejo de Cooperación Aduanera vigente, en la mayoría de los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Este sistema armonizado establece un esquema de clasificación común para todos los países usuarios con un mínimo de 6 dígitos. Dejando a su criterio y necesidades de cada país la utilización de subdivisiones adicionales.

⁷² Ley Aduanera. *Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior 2006* Ediciones Fiscales ISEF. Mayo 2006. Méxco. LA, en Agentes Aduanales, Apoderados Aduanales y Dictaminadores Aduanales en los artículos 159 a 175.

Conforme a la Ley de la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación la fracción arancelaria para la mermelada de nopal en México es:

200799 04	Mermeladas, excepto lo comprendido en la fracción 2007.99.01.
------------------	---

Capítulo 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
2007.99	Los demás
2007.99.04	Mermeladas, excepto lo comprendido en la fracción 2007.99.01. (Compotas o mermeladas destinadas a diabéticos.)

Fuente: El Sistema Integral de Información de Comercio Exterior. TIGIE

La Unión Europea (UE) clasifica sus mercancías conforme a la Nomenclatura Combinada (NC). La identificación y clasificación de la mercancía se hace con 8 dígitos. La cual puede ser consultada en la Tarifa Integrada Comunitaria (TARIC), que incluye subdivisiones complementarias. Por lo que el código numérico del TARIC es de 10 dígitos.

De acuerdo al TARIC la clasificación de la mermelada de nopal es:

2007999800	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
2007 99	Los demás
2007 99 98	Los demás

Fuente: Export Helpdesk (TARIC)

4.1.1.2. Pedimento de exportación

El pedimento es la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el cual es elaborado por el agente aduanal⁷³ y deberá ser presentado en la aduana mexicana. Este documento permite comprobar ante la SHCP los aspectos fiscales referentes a las exportaciones realizadas para acreditar la devolución o acreditamiento del IVA. (Ver anexo 5)

Se deben anexar los siguientes documentos:

- Anexar factura o documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- Anexar documentos que acrediten el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias.

4.1.1.3. Factura comercial

Para fines de México es posible exportar sin factura ó con otro documento distinto. En lo que concierne a la UE es necesario que todo embarque se ampare con una factura comercial (Ver anexo 6). Esta se presenta en original y por lo menos una copia, con firma autógrafa, en inglés o español y alemán que es el idioma del país destino y debe de contener lo siguiente⁷⁴:

⁷³ Ley Aduanera. *Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior 2006*. Art. 36.– Obligación de importadores y exportadores de presentar ante la aduana un pedimento en la forma aprobada por la Secretaría.

⁷⁴ BANCOMEXT. *Guía de exportación sectorial Alimentos Procesados*. México 2000.

- Lugar y fecha de expedición
- Nombre y domicilio del destinatario de la mercancía. En los casos de cambio de destinatario, la persona que asuma este carácter anotará dicha circunstancia bajo protesta de decir verdad en todos los tantos de la factura⁷⁵.
- Descripción comercial de las mercancías: clase, cantidad, unidades de identificación, valores unitarios y globales
- Nombre y domicilio del vendedor.
- Traducción cuando sea distinto al español, alemán, inglés
- Aduana de salida del país de origen y puerto de entrada al país destino
- Condiciones de venta de acuerdo a los INCOTERMS
- Los montos por concepto de fletes, primas de seguro, comisiones y costo de embalaje en caso de que se solicite por cualquiera de las partes.
- Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda.
- Tipo de divisa utilizada.

4.1.1.4. Certificado de Origen

Es importante contemplar que para que los productos mexicanos puedan gozar de los aranceles preferenciales del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), se debe de cumplir con los requisitos necesarios, para que se les otorgue el trato preferencial en la UE, por tal razón, a cada embarque de exportación debe tener el certificado de circulación de mercancías llamado o identificado como el EUR1⁷⁶.

Los certificados de origen⁷⁷ cuentan con una vigencia para poder hacer efectiva la preferencia arancelaria, en este caso del EUR1 es de 10 meses (Ver anexo 7).

⁷⁵ De la Torre Arturo Alma Silvia. *The Global Logistics Network*. <http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/Presentacion-Kuehne-Nagel-Taller.pdf> el día 14 julio de 2006. (Circular T-570/2000).

⁷⁶ BANCOMEXT. *Guía de exportación sectorial Alimentos Procesados*. México 2000.

⁷⁷ Para solicitar los certificados de origen, se debe acudir en el D. F. a la Oficina de Servicios (Delegación Metropolitana) Av. Puente de Tecamachalco No. 6 Col. Lomas de Tecamachalco Sección Fuentes, Naucalpan

4.1.1.5. Conocimiento de Embarque (Bill of lading)

Es el documento expedido por la empresa transportista que hace constancia que la mercancía se ha embarcado o se embarcará a un destino determinado y asimismo, de la condición en que se encuentra. El transportista es responsable del envío y de la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas.

La información básica que contienen estos documentos es:

- Nombre y dirección del remitente;
- Nombre y dirección del destinatario o consignatario;
- Mercancía que se transporta;
- Números de contenedores y
- Puerto de destino, entre otros.

El documento de transporte forma parte de la documentación que se envía al importador en el país de destino. Los términos del documento de transporte deben coincidir con los de la carta de crédito o, en su caso, con los del contrato de compraventa, la factura, lista de empaque entre otros.

El flete marítimo es el monto que se paga al naviero por concepto del transporte desde el puerto de origen hasta el de destino. Se fija básicamente a partir de la oferta y la demanda, pero existen ciertos factores que hacen su cálculo mucho más complejo, como por ejemplo:

- Naturaleza de la carga;
- Tonelaje que se transportará;

Edo. de México. En el interior de la República en las Delegaciones y Subdelegaciones de la Secretaría de Economía. No tiene ningún costo, la respuesta es un día.

- Valor de la mercancía;
- Relación peso-medida;
- Distancia entre los puertos.

4.1.1.6. Lista de empaque.

La lista de empaque ("Packing List"), es un documento que permite al exportador, transportista, compañía de seguros, aduana y al comprador, identificar el contenido y tipo de cada bulto (caja, atado, etc.), en donde se encuentran contenidas las mercancías para su transporte; por ello debe realizarse una lista de empaque metódica que coincida con la factura, lo cual significa para el exportador que durante el transporte de sus mercancías dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo, ya que, en caso de percance, se podrán hacer las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros u otras.

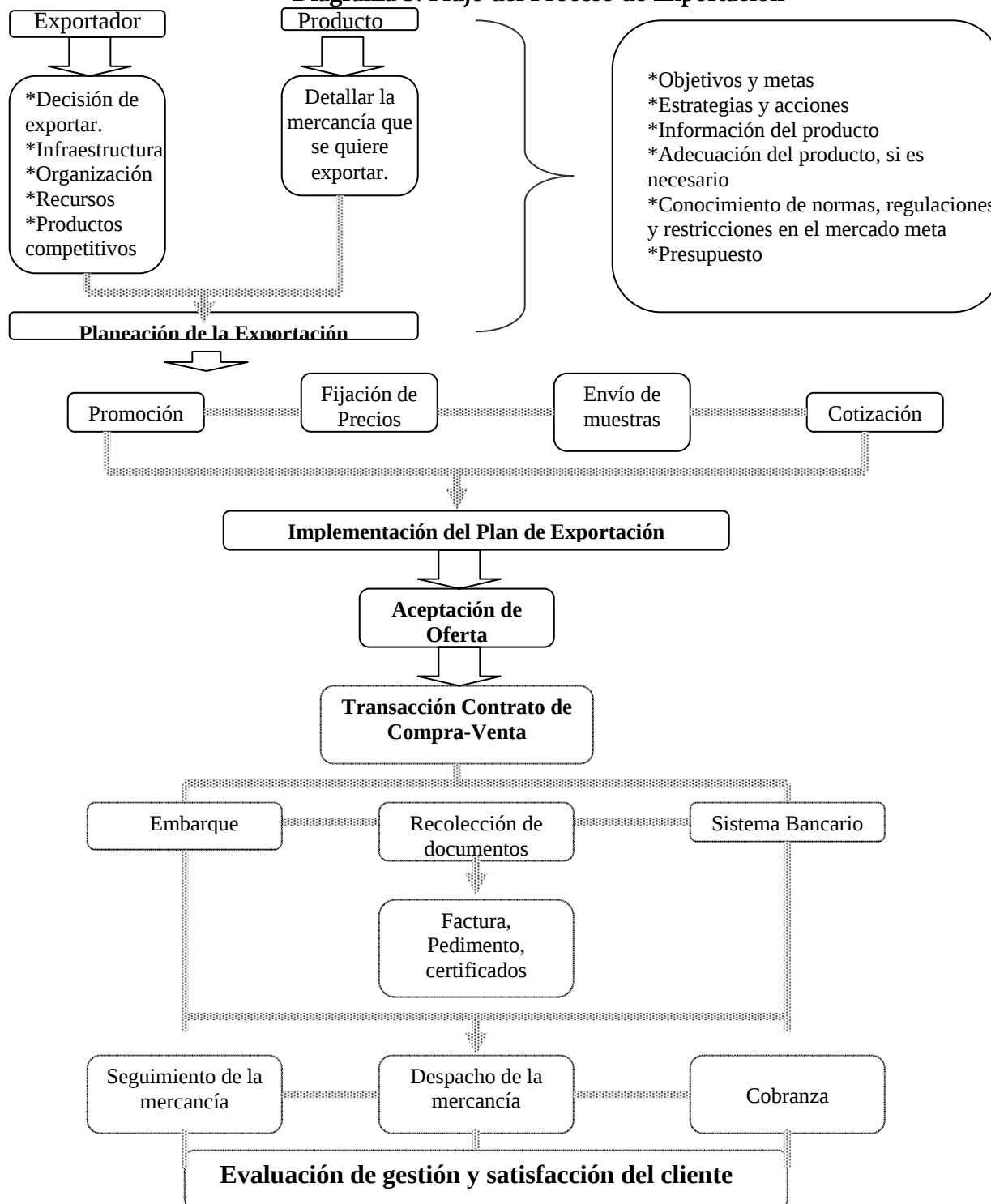
En la lista de empaque se indicará:

- La cantidad exacta de los artículos que contiene cada bulto y el tipo de embalaje.
- En cada bulto se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionarse en la factura, anotando la descripción de cada una de las mercancías que contiene.
- Se debe procurar contener e identificar la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica y facilita la revisión de la aduana.

La lista de empaque no es un documento exigido por Ley para realizar el despacho aduanero de la mercancía, sin embargo facilita este trámite; es elaborada por el exportador y se utiliza como complemento de la factura comercial; se debe entregar una copia de la misma al transportista.

A continuación se presenta el flujograma de la exportación, en el cual se resumen los aspectos principales que deben considerarse en un proceso de exportación.

Diagrama 3. Flujo del Proceso de Exportación



Fuente: Autoría propia con basada en la 11ª Guía Básica del Exportador, publicada por BANCOMEXT.

Contar con los documentos necesarios para llevar acabo la exportación nos ayuda y da seguridad para poder validar las operaciones aduanales, es decir, el monto de las exportaciones realizadas para los efectos fiscales, así como de la tenencia legal de la propiedad de las mercancías, ó en su caso, facilita la devolución o acreditación de impuestos.

4.2. Financiamientos a la exportación.

Para poder exportar y competir internacionalmente es necesario tener on los recursos económicos suficientes para poder conquistar el mercado meta y así poder crecer en ellos.

Muchas empresas requieren de tener liquidez, para poder producir y exportar eficientemente. Esta circunstancia obliga al exportador a recurrir de financiamientos que estén a su alcance y en condiciones de bajo riesgo.

Contar con un crédito y utilizarlo convenientemente, trae beneficios económicos, legales y financieros, que permitirán hacer negocios sólidos y rentables. Cuando se tienen más recursos derivados de la obtención de un crédito, se comparte el riesgo, y se tendrá que pagar oportunamente a los proveedores así como negociar mejores precios. En general se tendrá una mayor oportunidad para producir, almacenar, transportar, negociar, vender y financiar las ventas de exportación.

La adecuada utilización de un crédito es más importante en mercados o regiones donde la economía está deteriorada, y las empresas, descapitalizadas; con ello, se aumenta la ventaja competitiva, ya que es posible aumentar las ventas y disminuir los costos de operación, en general, tener mayor margen de maniobra para emprender nuevos retos.

Para poder solicitar un crédito es necesario tener en cuenta la diversidad de programas u opciones que el sistema financiero mexicano ofrece. A través de un

conjunto de instituciones que captan, administran y canalizan la inversión, así como el ahorro, de nacionales y extranjeros.

4.2.1. Banca Múltiple

La Banca universal esta integrada por nueve intermediarios financieros, los cuales ofrecen créditos a las personas físicas o morales⁷⁸, estos agentes son:

- La Banca de Primer piso
- Casas de Bolsa
- Arrendadoras Financieras
- Empresas de Factoraje Financiero
- Almacenadoras
- Casas de Cambio
- Compañías de Seguro
- Compañías de Fianzas
- Sociedades de inversión

Entre los apoyos financieros que podemos adquirir se encuentran aquellos que forman parte de la Banca de primer piso en la cual se encuentran las instituciones bancarias. México cuenta con 56 bancos; 20 constituidos y 36 de nueva creación. Las cuales otorgan créditos a corto, mediano y largo plazo. Cobrando tasas de interés comercial o de acuerdo al mercado⁷⁹.

En el caso de las empresas, estas dependen de la banca como una fuente muy importante para hacer crecer sus negocios, y con ello contar con una amplia gama de servicios. Para una pequeña o mediana empresa, los préstamos bancarios representan la fuente más importante de crédito a corto, o mediano plazo según sea

⁷⁸ López Olguín, Manuel. *Sistema Financiero Mexicano*, Editorial I.P.N. ESCA. Santo Tomás. México, 2005. p.29

⁷⁹ Ibíd. p. 30.- Conocida también como banca privada, banca múltiple o banca comercial.

el caso. Lo cual es totalmente diferente para aquellas empresas que están constituidas solidamente y que con frecuencia obtiene financiamientos mediante la emisión de obligaciones, colocación de acciones en la bolsa, u otros mecanismos, sin subsidio por parte del Gobierno Federal. Es importante tener en cuenta que el crédito bancario es una de las formas que son más solicitadas para la obtención de un financiamiento. Por lo que la empresa deberá estar segura de que el banco que haya seleccionado, podrá satisfacer sus necesidades. El empresario o exportador, debe tener la certidumbre de encontrar un banco flexible, y con ello, las posibilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual le ayudará a operar mejor, y obtener utilidades. Si se obtiene un financiamiento con un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar la facilidad de operación y el detrimento de las utilidades. Un crédito bancario acarrea tasas pasivas, las cuales debe cancelar esporádicamente la empresa al banco por concepto de intereses.

Se recomienda que cuando el empresario, se presente a solicitar un crédito, de la impresión de ser una persona competente. Y estará obligado a presentar la siguiente información:

- Finalidad del crédito
- Cantidad que se solicita
- Tener en mente el plan de pagos
- Documentos que avalen la solvencia de la empresa (Estados financieros)
- Una proyección a futuro de la empresa que permita solventar la deuda
- Las garantías que la empresa este dispuesta a ofrecer

Es importante que la empresa tenga conocimiento de cómo el banco calcula el interés real por préstamo y con ello elija la mejor opción. Pues en la actualidad, existe una diversidad de apoyos que el exportador puede aprovechar, tanto a nivel federal como estatal.

4.2.2. Programas Federales

El Gobierno Federal ha contribuido a la creación de diversos programas con la intención de que las personas o empresas, que tengan la iniciativa productiva, mejoren sus productos mediante el inicio o la operación de proyectos productivos o negocios. A través de apoyos financieros, que amplíen las oportunidades de acceso al crédito y al ahorro para los microempresarios que no tienen acceso a los servicios de la banca comercial.

Estos programas los podemos dividir en:

- Apoyos y estímulos fiscales
- Actividades exclusivas de las dependencias
- Sistemas de información
- Servicios de orientación
- Capacitación, asistencia técnica y consultaría empresarial
- Crédito, capital de riesgo y subsidios
- Créditos y servicios otorgados por la banca de desarrollo

4.2.2.1. Apoyos y estímulos fiscales

Los Apoyos y estímulos fiscales tienen la finalidad de que los productos mexicanos exportados lleguen al mercado de destino a un precio competitivo. El gobierno federal reembolsa, o compensa el IVA que el exportador haya pagado al comprar los insumos utilizados en la fabricación del bien exportado.

Es por ello que los productos a la exportación tienen una tasa 0% de IVA, ya que, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público devuelve o acredita el IVA pagado.

En esta misma línea la Secretaría de Economía ha firmado convenios con instituciones y organismos financieros, a través de los cuales las micro, pequeñas y medianas empresas que demuestren viabilidad de sus proyectos, son las que

obtendrán el apoyo de un extensionista financiero, el cual es una persona física o moral, independiente y especializada, la cual es acreditada previamente por una institución reconocida, que asesora a las empresas para la obtención de su financiamiento o accede directamente a las instituciones u organismo financieros que brindan este servicio. De esta manera las empresas que no hayan alcanzado niveles de competitividad ó que pretendan desarrollarse en otros mercados, requerirán promover y financiar nuevos proyectos para realizar inversiones adicionales en sus plantas para hacer eficientes sus niveles productivos hasta niveles de competencia, para lo cual requerirán soluciones de financiamiento con costos competitivos, como los que tienen otras empresas.

Esta facultada para fomentar el comercio exterior del país de la que goza la Secretaría de Economía a través de programas de fomento, es para apoyar a la modernización de la empresa, y así elevar su nivel de competitividad.

Estos programas, son administrados por la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior. Que se explican a continuación:

- Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX)*
- Industria Maquiladora de Exportación*
- Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX)
- Empresas de Comercio Exterior (ESEX)

El Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) se encuentra regulado conforme a su decreto, así como a las reformas y adiciones, publicadas en el Diario Oficial de la Federación, el 3 de mayo de 1990, y

* Estos dos programas unificaron sus decretos. Esta unificación es sustancial en la simplificación administrativa la cual va encaminada indudablemente a la promoción del comercio exterior.

sus respectivas reformas: 11 de mayo de 1995, 13 de noviembre de 1998, 30 de octubre, 31 de diciembre de 2000 y 12 de mayo de 2003.

Sin embargo, el 01 de noviembre de 2006, se publicó en el Diario Oficial de la Federación una de las modificaciones mas importantes, al homologar los Decretos que regulan el registro de empresas PITEX e Industria Maquiladora de Exportación, a quienes bajo el actual marco legal se les permite la importación temporal de bienes destinados a la producción, elaboración o reparación de productos para la exportación. Con esta modificación el Decreto toma el nombre de: *Decreto para el Fomento de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación, (IMMEX), la cual entró en vigor el 13 de noviembre de 2006*⁸⁰.

Aspectos del nuevo Decreto en comparación con el anterior:

- Otorga las mismas facilidades administrativas y aduaneras. La diferencia radica en el tratamiento fiscal el cual no es regulado por el propio Decreto.
- Poseen las mismas obligaciones en materia de impuestos al comercio exterior, regulados por los Tratados de Libre Comercio firmados por México.
- Se reducen los costos de administrar y fiscalizar por parte del gobierno.
- Se reduce el número de trámites de 29 a 16.
- Se pretende tener información estadística más exacta de las exportaciones que lleven acabo las empresas.
- La solicitud de registro IMMEX para la maquinaria, contenedores y trailer solo estará sujeta a la descripción comercial de las mercancías, ya no a nivel fracción arancelaria.
- Se elimina el requisito de presentar el contrato de maquila protocolizado. (Artículo 11)
- Se reduce el porcentaje de ventas de exportación, para quedar al 10% de las ventas totales, esto para importar cualquier tipo de bienes.

⁸⁰ El Universal. 2007. México, D.F., jueves 4 de enero de 2007.

De esta manera:

- La importación de mercancías se autorizará a los exportadores que facturen productos de exportación cuando menos del 10% sobre las ventas totales.
- Efectuar los retornos de la mercancía en los plazos señalados.
- Mantener la mercancía en los domicilios autorizados.
- Notificación el cambio de domicilio o cualquier modificación al RFC.
- Llevar el control de inventarios.
- Una vez que se lleve a cabo la unificación del registro las empresas IMMEX estarán obligadas a presentar mensualmente la información estadística que determine el INEGI.
- Ratificar los domicilios de operación al amparo del registro ante el SAT en caso de nuevos programas o modificaciones a los ya existentes.
- Presentar el reporte anual de operaciones, sobre esta obligación hay un cambio sustancial pues ahora el reporte será de solo dos datos valor total de las ventas y el valor de las ventas de exportación.

En lo que se refiere a las Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), su marco jurídico es el decreto y sus reformas publicadas en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990 y 11 de mayo de 1995⁸¹.

La Secretaría de Economía es la asignada para otorgar el registro de empresa Altex, aquellas empresas productoras de mercancías no petroleras de exportación, que participen de una manera dinámica y permanente en los mercados internacionales y que cumplan con lo siguiente:

⁸¹ Maubert Viveros, Claudio. *Comercio Internacional: aspectos operativos, administrativos y financieros*. México, Trillas. 1998. p 142

- Las empresas exportadoras directas, deberán demostrar exportaciones por un valor anual de 2 millones de dólares, así como exportar cuando menos el 40% de sus ventas totales.
- Las empresas que realicen exportaciones indirectas deberán demostrar exportaciones anuales, por un valor equivalente al 50% de sus ventas totales.

Los beneficios que obtiene por medio de este programa es la devolución de saldos a favor del IVA, en un término aproximado de cinco días hábiles; así como el acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la Secretaría de Economía, la exención del requisito de segunda revisión de las mercancías de exportación en la aduana de salida cuando hayan sido previamente despachadas en una aduana interior, la facultad para nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos.

Es esencial que los usuarios de este programa presenten ante las Dependencias de la Administración Pública Federal correspondientes, una copia de la Constancia ALTEX expedida por esta Secretaría y en su caso, la ratificación de vigencia. La cual tiene una vigencia indefinida siempre que su titular presente en tiempo su reporte anual.

El registro ALTEX permite la devolución de saldos a favor del IVA de manera expedita, acceso al Sistema de Información Comercial administrado por la Secretaría de Economía, así como simplificación administrativa en las aduanas.

De esta manera los titulares de Constancias ALTEX están obligados a presentar un reporte anual de sus operaciones de comercio exterior a través de la página de internet de la Secretaría, a más tardar en el mes de mayo de cada año y entregar copia a la Administración Local de Auditoría Fiscal o de Grandes Contribuyentes, ambas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público⁸².

⁸²Secretaría de Economía. <http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=718>. Consultada el día 4 enero de 2007.

Otro apoyo que ofrece la Secretaría de Economía son las Empresas de Comercio Exterior (ECEX). Su fundamento jurídico se encuentra en el Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990, junto con ella, las reformas y adiciones del 11 de mayo de 1995, y la del 11 de abril de 1997.

Las empresas de comercio exterior juegan un papel esencial en el desarrollo de las actividades de promoción y comercialización internacional. Lo cual permite que las empresas pequeñas y medianas se dediquen solamente a producir, siguiendo las normas marcadas por las empresas comercializadoras sobre que producir y a que precio.

La Secretaría de Economía es la encargada de dar el registro correspondiente, siempre y cuando: La empresa esté constituida como una sociedad anónima de capital variable. Que cuente con un capital social fijo variable de \$100,000 dólares al momento de su constitución. Tener como meta, la promoción y comercialización de las mercancías, integrar y consolidar una oferta exportable adecuada a los requerimientos de los mercados internacionales, de igual manera fomentar la integración de partes y componentes de proveedores nacionales a mercancías de exportación⁸³.

Deben estar comprometidos a llevar el control de inventarios conforme a lo previsto en la Ley Aduanera, mantener el capital social acreditado, realizar exportaciones por cuenta propia a más tardar en el primer año fiscal regular siguiente a la fecha de su registro, por un importe mínimo de 250 mil dólares. Para empresas promotoras 3 millones de dólares. Para las consolidadoras es preciso presentar un programa de actividades cuando soliciten su registro durante los primeros 15 días del mes de enero de cada año, señalando las actividades que se realizarán de acuerdo a su modalidad y presentar un reporte anual de sus operaciones de comercio exterior.

⁸³ Secretaría de Economía. <http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=718>. Consultada el día 4 enero de 2007.

Asimismo, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público cuenta con diversos apoyos fiscales que pueden solicitar los exportadores.

- Apoyos Fiscales al Sector Agropecuario y Forestal.

Por medio del cual, los contribuyentes de los sectores agropecuario y forestal pueden acreditar la inversión realizada contra una cantidad equivalente al impuesto al activo determinado en el ejercicio fiscal en curso.

- Apoyos Fiscales al Sector Primario y Agroindustrial

La SHCP ofrece los siguientes apoyos: a las personas morales que se dediquen exclusivamente a la agricultura, ganadería, pesca o silvicultura, gozan de una reducción de 50% del Impuesto sobre la Renta. (ISR). Cuando además industrialicen o comercialicen sus productos, gozan de una reducción adicional del 25% del ISR. De manera adicional, gozan de una reducción adicional al punto anterior, de 25% del ISR cuando además industrialicen o comercialicen sus productos

- Apoyos Fiscales al Sector Agrícola, Ganadero, Pesquero y Minero

Estímulo fiscal a los contribuyentes de los sectores agrícola, ganadero, pesquero y minero que adquiera diesel para su consumo final y siempre que dicho combustible no sea para uso automotriz en vehículos que se destinen al transporte de personas través de carreteras o caminos.

- Apoyos Fiscales al Sector Agropecuario y Silvícola

Las personas que utilicen el diesel para consumo final en las actividades agropecuarias o silvícola podrán acreditar contra el ISR, retenciones, Ley del Impuesto al Activo (IMPAC) e IVA, en un monto equivalente a la cantidad que resulte de aplicar el precio de adquisición en el diesel en las estaciones de servicio y que

conste en el comprobante correspondiente, incluido en el impuesto al valor agregado, por el factor 0.355, en lugar de aplicar lo dispuesto en el inciso 6 del artículo 15 de la Ley de Ingresos.

- Devolución del IEPS al Sector Agropecuario y Silvícola

Las personas que adquieran diesel para su consumo final en las actividades agropecuarias o silvícola, podrán solicitar la devolución del Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios que tuvieran derecho a acreditar en términos de la fracción VII del mismo artículo, en lugar de efectuar el acreditamiento a que éste se refiere, siempre que cumplan con los requisitos correspondientes.

4.2.2.2. Actividades exclusivas de las dependencias

La Secretaría de Economía brinda apoyo para la participación de las empresas en ferias internacionales. Con la intención de que los empresarios mexicanos interesados en exportar sus productos, cuenten con un espacio en donde puedan promocionarlos. Con ello, se busca apoyar al empresario mexicano en la exploración de nuevos mercados, clientes, proveedores y representantes.

La empresa que desea exportar tendrá las siguientes ventajas al participar en eventos internacionales como: concentración de público y competidores, posibilidad concreta de evaluar las reacciones del cliente potencial, acceso a un público desconocido; despertar interés en posibles inversionistas, inicio inmediato de negociaciones y medir la competitividad de la empresa. (Ver cuadro 10).

Cuadro 10. Actividades Exclusivas de la Secretaría de Economía

DEPENDENCIA	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
Secretaría de Economía	Ferias Mexicanas de Exportación (FEMEX)	La Secretaría de Economía otorga la certificación FEMEX, que brinda a sus titulares la posibilidad de acceder a apoyos financieros, facilidades administrativas y de promoción.
	Comisión Mixta de Promoción de Exportaciones (COMPEX)	Es un órgano de promoción de las exportaciones integrado por representantes del sector público y privado, cuya misión es la de concertar acciones entre estos sectores para simplificar obstáculos administrativos y técnicos del comercio exterior, proporcionar información y fomentar la cultura exportadora.
	Difusión de Normas de Prácticas Comerciales	Orientación y asesoría sobre las Normas Oficiales Mexicanas vigentes en el sector comercial.
	Premio Nacional de Exportación (PNE)	Es un instrumento de promoción que tiene la finalidad de fomentar la diversificación de la actividad exportadora de las empresas mexicanas.

Fuente: www.siem.gob.mx/portalsiem/plansector/pdf/anexos.pdf

4.2.2.3. Sistemas de Información

La Secretaría de Economía ha implementado un Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), en donde se pueden encontrar los siguientes apoyos: Sistema Informático de Autodiagnósticos, Sistema de Evaluación de Indicadores de Competitividad, Guías Empresariales, Bolsa de Oportunidades Industriales y Comerciales, Sistema de Subcontratación Industrial, Programa de Eventos Internacionales, Expo-México. Calendario de Ferias y Exposiciones, Sistema de Información de Servicios Tecnológicos, Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados, el Banco de Información Sectorial, el Sistema Mexicano de Promoción Externa, las Guías Técnicas de Autogestión, Sistema de Tecnologías de Producción y Sistema de Tendencias de Mercado. Este programa funciona a través de una infolínea, internet y fax.

4.2.2.4. Servicios de orientación

Para que el exportador pueda realizar una exportación, es necesario que este informado de los requisitos que necesita un producto para su comercialización. Debido a ello, se cuenta con instituciones que proporcionan una visión general de cómo llevar acabo dicho proceso a través de orientación y asesoría básica y especializada.

Estos servicios de orientación son una herramienta que proporciona al empresario oportunidades nuevas de inversión en otros mercados.

En el siguiente cuadro se hace referencia a las dependencias que ofrecen este servicio, así como los programas mediante los cuales llevan acabo esta acción.

Cuadro11. Dependencias que ofrecen servicios de Orientación.

DEPENDENCIA	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
NAFIN	Eurocentro de Cooperación Empresarial NAFIN-México	Programa de asesoría integral a los proyectos de conversión, alianzas estratégicas y/o transferencia de tecnología entre empresas mexicanas y europeas (principalmente manufactureras). Este centro se encuentra ubicado en la Ciudad de México.
	Alianzas Estratégicas	Apoyos a la creación de alianzas estratégicas internacionales entre empresas mexicanas y del exterior, como medio para incrementar la competitividad de empresas establecidas en el país.
	European Community Investment Partners (ECIP)	Apoyos a empresas mexicanas y europeas que tengan interés en desarrollar proyectos conjuntos de inversión, y a las Cámaras y Asociaciones Empresariales que tengan como propósito identificar oportunidades de inversión para sus miembros, a través de la realización de encuentros empresariales.

SAGARPA	Programa de Apoyo y Fomento a Exportaciones (PROAFEX).	Orientación y asesoría básica a los productores mexicanos para la exportación de frutas y hortalizas.
Secretaría de Economía	Servicio Nacional de Orientación al Exportador (SNOE)	El Sistema Nacional de Orientación al Exportador integra una red de Módulos de Orientación al exportador (MOE) que proporciona orientación y asesoría básica y especializada en materia de promoción de las exportaciones a empresarios interesados en exportar o consolidarse en mercados externos.

Fuente: www.siem.gob.mx/portalsiem/plansector/pdf/anexos.pdf

4.2.2.5. Capacitación, asistencia técnica y consultoría empresarial

Dada la necesidad de exportar, y la importancia que representa esta actividad hoy en día. Diversas instituciones ofrecen capacitación, asistencia técnica y consultoría especializada, que tienen como objetivo promover a las pequeñas y medianas empresas exportadoras directas, indirectas y potenciales. A través de recursos para mejorar sus procesos productivos, cumplir con normas internacionales, realizar planes de negocios, estudios de mercado y campañas de imagen.

Cuadro 12. Instituciones que brindan capacitación, asistencia técnica y consultoría empresarial.

DEPENDENCIA	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
SAGARPA*	Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP).	Investigaciones para hacer más eficiente el manejo de los recursos, mejorar la productividad, y mecanismos para la transferencia, asimilación y adaptación de tecnología agropecuaria y forestal a los productores nacionales.

SAGARPA*	Facilitadores de Exportación	En coordinación con los gobiernos de los estados, se brinda asesoría básica y consultoría especializada para el desarrollo de proyectos de exportación, a fin de contribuir al desarrollo de proyectos de exportación así como al fomento de la cultura de exportadora del estado.
	Organismos Estatales de Promoción Exportadora	Proporcionan servicios integrales en materia de comercio exterior, acorde a las necesidades particulares de cada empresa, con el objetivo de que un número mayor de empresas pequeñas y medianas se incorporen a la cadena exportadora.
	Programa de la Mujer Campesina	Promueve la participación de la mujer campesina organizada, involucrándola en el desarrollo y mejoramiento de su comunidad, mediante el financiamiento de proyectos productivos sustentables y recuperables a corto y mediano plazo que generen bienes y servicios que contribuyan al bienestar de la familia campesina.
NAFIN*	Programa de Capacitación	Fomentar mediante acciones de capacitación una nueva cultura empresarial, propiciar una operación más sana y competitiva de las micro, pequeñas y medianas empresas, y disminuir el riesgo crediticio de los intermediarios financieros.
Secretaría de Economía*	Programa de Capacitación y Modernización del Comercio Detallista (PROMODE)	Promueve la competitividad de la pequeña y mediana empresa, mediante talleres de capacitación básica a empresarios del sector comercial. Cuenta con Centros de Desarrollo Empresarial que operan como incubadoras de empresas. Para la capacitación, asesoría y consultoría para el desarrollo de proyectos.

Secretaría de Economía*	Fondo de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FAMPyME)	Apoyar de manera integral la competitividad de las micro, pequeña y medianas empresas, la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa está instrumentando el FAMPyME. Este fondo tiene como líneas de apoyo: ➤ Capacitación, asesoría y consultoría para MPyMEs. ➤ Constituir fondos de garantía. ➤ Elaboración de estudios para la competitividad de las MPyMEs. Las acciones que está realizando la Secretaría a través del FAMPyME se llevan a cabo en coordinación con gobiernos estatales y municipales, el sector privado, y diversas instituciones públicas y privadas.
NAFIN*	Cadenas Productivas	Instrumento de apoyo para la obtención de liquidez inmediata mediante el descuento electrónico de facturas al integrarse la empresa a una cadena productiva. Además de ofrecer servicios de valor agregado como: capacitación y tecnología.
*La capacitación que brindan estas instituciones es totalmente gratuita Asistencia Técnica y Consultoría (cobran sus servicios)		
CONACYT	Centros Tecnológicos del Sistema SEP-CONACYT	Servicios de consultoría y capacitación por sector industrial. El CONACYT proporciona estos apoyos a través de 7 centros tecnológicos especializados ubicados en todo el país.
Secretaría de Economía	Programa para establecer sistemas de aseguramiento de calidad en la micro, pequeña y mediana empresa (ISO 9000)	Asistencia técnica básica para la adopción de sistemas de calidad.

Secretaría de Economía	Red CETRO-CRECE	Consultoría empresarial y asistencia técnica en el área administrativa dirigida a empresas micro, pequeñas y medianas de todos los sectores. El CRECE es un fideicomiso privado que recibe donaciones de la Secretaría de Economía.
SAGARPA	Certificación de Análisis de Insumos de Nutrición Vegetal.	Análisis de composición de los insumos de nutrición vegetal, a través del Laboratorio Nacional de Fertilizantes

Fuente: www.siem.gob.mx/portalsiem/plansector/pdf/anexos.pdf

4.2.2.6. Créditos, capital de riesgo y subsidios

Los créditos para capital de riesgo y subsidios, son aquellos que las instituciones brindan al exportador, para el desarrollo inicial o la expansión de un negocio. Puede ser utilizado para desarrollar nuevos proyectos o tecnologías. Estos fondos pueden ser suministrados por instituciones públicas o particulares, las cuales están preparadas para arriesgarse en una empresa.

Cuadro 13. Instituciones que ofrecen Capital de riesgo y subsidios

DEPENDENCIA	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
Créditos		
CONACYT	Fondo de Investigación y Desarrollo para la Modernización Tecnológica (FIDETEC)	Créditos directos sin intereses o capital de riesgo para proyectos de inversión en “etapa precomercial”. CONACYT aporta entre el 50 y el 80% del proyecto, por un monto máximo de 1.5 millones de dólares.
SEDESOL	Programa de Primer Paso Productivo	Aportaciones en forma directa, recuperables en su valor nominal, a grupos sociales para actividades productivas rentables que generen empleo. Destinado para pagar jornales, u operaciones necesarias para realizar las actividades productivas.

Capital de riesgo		
SEDESOL	Programa de Capital de Riesgo para Empresas Sociales.	Aportaciones (hasta 40% del valor del proyecto) para crear, ampliar, reactivar o consolidar un proyecto productivo o empresa social. El monto es recuperable en su valor nominal, se da en función de la viabilidad técnica, financiera, jurídica y social de cada proyecto y la aportación se utiliza para incrementar el activo fijo o capital de trabajo (excluyendo pago de pasivos).
Subsidios (Para fomentar el vínculo entre las instituciones de educación superior y el sector privado)		
CONACYT	Programa de Apoyo de Proyectos de Investigación de Desarrollo Conjunto (PAIDEC)	Aportaciones no recuperables para a) financiar el desarrollo de proyectos de investigación y desarrollo industrial realizados de manera conjunta por empresas e instituciones de educación superior y b) financiar la realización de foros tecnológicos organizados por un grupo de empresas, cámaras o asociaciones empresariales. Para los proyectos de investigación conjunta, el CONACYT financia el 50 por ciento del proyecto, hasta por un máximo de 250,000.00 dólares, en un plazo de 2 años. Para los foros, se aportan hasta 20,000 dólares por evento.
(Aportaciones para el desarrollo de empresas sociales)		
SEDESOL	Programa de Fondos para Empresas Sociales.	Aportaciones para constituir o ampliar fondos con Gobiernos estatales o municipales, organizaciones económicas o sociales representativas de una rama productiva, para financiamiento, garantía e inversión, o ampliar el patrimonio de fondos ya establecidos.

Fuente: www.siem.gob.mx/portalsiem/plansector/pdf/anexos.pdf

4.2.2.7. Créditos y servicios financieros otorgados por la banca de desarrollo

Los programas de fomento a la exportación tiene el propósito de apoyar el desarrollo económico integral del país. Beneficiando a diferentes sectores y regiones por medio del servicio de la banca o de créditos. De esta manera, se fomentan las actividades en los distintos sectores de nuestro país.

Las instituciones de la Banca de Desarrollo, como empresas de participación estatal, se encuentran bajo la coordinación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público⁸⁴.

Las instituciones de la Banca de Desarrollo a las que se pueden acudir, son:

- Nacional Financiera (NAFIN)*
- Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)*
- Financiera Rural
- Banco Nacional de Obras Públicas (BANOBRAS)
- Banco Nacional del Ejército y la Armada (BANJERCITO)

⁸⁴López Olguín, Manuel. *Sistema Financiero Mexicano*, Editorial I.P.N. ESCA. Santo Tomás. México, 2005. p 55

*El Periódico de México. *Inminente la fusión de Nafin y Bancomext*. <http://www.elperiodicodemexico.com/nota.php?id=57199>. Consultada el día 11 de diciembre de 2006. Estas dos empresas (Bancomext y Nafin) a la entrada del nuevo sexenio (2006-2012) y con la designación de Mario Laborín Gómez como titular de estas dos instituciones por el presidente electo Felipe Calderón. Se hizo inminente este acontecimiento que denota la búsqueda del gobierno por aprovechar economías de escala, así como la eficiencia de su administración y disminuir sus dispendios.

Cuadro 14. Créditos y servicios financieros que otorga la Banca de Desarrollo

DEPENDENCIA	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
NAFIN	Créditos de primer piso	El otorgamiento de créditos en forma directa por parte de Nacional Financiera tiene un carácter selectivo, y sólo aplicará para el financiamiento de proyectos que tengan por objeto financiar con recursos a largo plazo.
	Créditos a tasa fija	Nacional Financiera establece el Esquema de Fondeo en Moneda Nacional a Tasa Fija para apoyar el desarrollo de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, brindándoles certidumbre en los pagos que tengan que realizar y permitirles la posibilidad de programar sus inversiones.
	Operaciones de crédito de segundo piso.	Este programa agrupa varios tipos de crédito como con diferentes objetivos como son: (a) Mejora de infraestructura, b) Garantizar la continuidad del proceso productivo, (c) Innovación tecnológica y mejora del medio ambiente, (d) Mejorar la infraestructura de las empresas, (e) Mejorar la posición financiera de las empresas, (f) Relocalización y (g) Mejorar la estructura productiva y de protección al ambiente.
	Garantías	Sirve para complementar el monto de las garantías que requieren los Bancos para financiar nuevos proyectos.
	Subasta en dólares	Otorgar recursos a la red de intermediación de Nacional Financiera en condiciones competitivas y de mercado, para apoyar los planes de expansión y crecimiento de las empresas.

Financiera Rural	Crédito de Habilitación o Avío.	Tiene el objetivo de financiar el capital de trabajo para cubrir los gastos directos de la empresa. Cuyo plazo puede establecerse de acuerdo a la viabilidad del proyecto sin exceder el plazo máximo que es de dos años. Los montos por sujeto de crédito serán: Monto mínimo: 7,000 UDI's Monto máximo: De acuerdo a la aprobación de crédito individual.
	Crédito Refaccionario.	Financiar la adquisición de activos fijos, apoyar el ciclo de inversión de las actividades o ramas relacionadas con el medio rural. Los montos por sujeto de crédito serán: Monto mínimo: 7,000 UDI's Monto máximo: De acuerdo a la aprobación de crédito individual. La tasa puede ser fija o variable. De acuerdo al nivel de cobertura de garantías y según la tabla vigente al momento de celebrar la operación.
	Crédito Simple.	Crédito no Revolvente para apoyar proyectos enfocados a la producción de bienes, prestación de servicios y comercialización de bienes en el medio rural, que ofrece flexibilidad en cuanto al destino del crédito. Tiene el objetivo de Apoyar en los requerimientos de capital de trabajo permanente sin que se requiera un destino específico.
Servicios Financieros		
NAFIN	Servicios financieros en comercio exterior	Servicios financieros para facilitar las operaciones de comercio exterior, en tres vertientes: · Cartas de Crédito · Líneas de Comercio Exterior a Corto Plazo · Líneas Globales de Crédito

NAFIN	Tesorería	Ofrecer a las empresas el desarrollo de esquemas de financiamiento corporativo y público, asesoría e intermediación financiera así como servicios de diseño de instrumentos adecuados de capital o deuda.
Créditos y Servicios Financieros		
NAFIN	Programa de Subcontratación Industrial	Créditos y servicios financieros para garantizar la continuidad del proceso productivo de empresas subcontratistas.
Capital de Riesgo		
NAFIN	Proyectos de Inversión	Servicios financieros para apoyar el manejo financiero de las empresas.

Fuente: www.siem.gob.mx/portalsiem/plansector/pdf/anexos.pdf

Cada institución que pertenece a la banca de desarrollo cuenta con diversos programas de financiamiento que pueden ser muy útiles para el exportador.

4.2.3. Programas Estatales

Son programas que cada Estado de la República implementa para apoyar a los productores o empresarios que tiene el interés de exportar o ampliar sus actividades, así como de mejorar sus productos.

Con el objetivo de promover la aplicación de apoyos estatales a proyectos de las pequeñas y medianas empresas para el fomento de la cultura empresarial, la innovación tecnológica, la capacitación, la asesoría y consultoría empresarial, con el fin de elevar la competitividad de las empresas y su incorporación eficiente a las cadenas productivas, fomentando la generación de empleos. (Ver cuadro 15)

Cuadro 15. Programas Estatales

Nombre del Programa	Descripción
Proyectos de Inversión del Sector Comercio	Promover e incentivar la instalación y apertura de establecimientos comerciales, en sus diferentes conceptos, a través de la captación y generación de proyectos de inversión en el sector comercial, además de propiciar la creación de nuevos empleos.
Capacitación al Comercio Detallista	Capacitar y asesorar al pequeño comerciante del Estado de México por medio de cursos, para que conozca los elementos básicos para promover el desarrollo y modernización de su establecimiento; así como para que cuente con elementos que le permitan una adecuada toma de decisiones en la instrumentación de estrategias comerciales.
Vinculación Comercial	Propiciar la vinculación directa entre los productores y agentes comercializadores, fortaleciendo la organización y eficientando el proceso de comercialización. Reducir el intermediarismo y por consiguiente tener una mejor retribución a los ingresos del productor.
Apoyo al Financiamiento	Orientar a los micro y pequeños empresarios para la obtención de créditos y financiamientos por parte de instituciones y entidades de fomento.
Misiones y Ferias Internacionales	Proporcionar el apoyo técnico para que las empresas mexiquenses participen en eventos internacionales, teniendo la oportunidad de contactar directamente compradores e inversionistas extranjeros.
Congreso Internacional de Comercio Exterior	Exponer las condiciones, oportunidades y retos de los mercados internacionales y de los proyectos específicos de exportación.
Difusión de Oportunidades de Negocios	Proporcionar a los empresarios las demandas y ofertas internacionales.
Asistencia Técnica en Materia de Comercio Exterior	Apoyar a las empresas en sus operaciones de comercio exterior.

Directorio de Empresas Exportadoras e Inversión Extranjera	Brindar información general sobre empresas exportadoras y con inversión extranjera asentadas en el Estado.
Talleres para la Promoción del Comercio Exterior	Orientar paso a paso, en los trámites y procedimientos que una operación de exportación requiere, a través de un grupo de asesores especializados en materia comercial, aduanera y jurídica en el ámbito internacional.
Desarrollo de Productos	Coordinar acciones encaminadas a lograr el mayor conocimiento de la actividad turística en el Estado de México y determinar las líneas de acción para su desarrollo, estableciendo al mismo tiempo, mecanismos de coordinación y apoyo con los diferentes niveles de gobierno y los sectores social y privado para obtener niveles óptimos de calidad en la prestación de los servicios turísticos y la satisfacción del turista, así como estimular la modernización de los mismos.
Participación en Exposiciones Itinerantes, Ferias Locales y Regionales	Fomentar la participación de artesanos de la Entidad, en ferias y exposiciones que promueve el IIFAEM y los municipios.
Fomento a las Exportaciones	Promover el comercio exterior de la artesanía mexiquense en otros países, a través de la participación en eventos y encuentros comerciales.

Fuente: www.siem.gob.mx/portalsiem/plansector/pdf/anexos.pdf

4.2.4. Banca Privada

Las instituciones financieras que participan ofreciendo diferentes tipos de crédito son muchas, sin embargo solo se hará referencia a los bancos más importantes. Entre ellos: Grupo financiero Banorte, BBVA Bancomer, HSBC, Santander Serfin, Grupo Citibank y Scotiabank.

- Grupo Financiero Banorte

Banorte ofrece una serie de créditos entre ellos, destaca el *Crédito Activo*, el cual consiste en:

- o Un préstamo de 3 meses de las ventas de la empresa.
- o Puede pagar desde \$24 pesos por cada \$1,000.00 de crédito.
- o El crédito puede ser por montos que van desde 100 mil hasta 12 millones de pesos.
- o Tiene una Tasa interés de una TIIE + 12 puntos porcentuales.
- o Se puede realizar en moneda nacional o dólares. Puede desarrollar sus proyectos productivos, en el plazo que más se acomode a las necesidades de la empresa. Va desde uno hasta cinco años, con tasas de interés fija o variable.
- o Línea de crédito automática hasta por el 10 % del monto del crédito autorizado, que garantiza el pago de cheques en caso de insuficiencia de fondos temporales.
- o Comisión por apertura del 2%.
- o Proporciona una tarjeta de crédito personal o empresarial.
- o Es un préstamo que busca beneficiar a las pequeñas y medianas empresas. Por lo cual tiene garantía PYME. Y su mercado objetivo son las micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores industria, comercio y servicios, no se requiere ser cliente del banco.
- o Es necesario que la empresa tenga dos años de haber sido constituida.
- o Su cobertura es nacional

Este crédito puede ser destinado a: capital de trabajo, adquisición de maquinaria, bodegas, mobiliario, equipo de transporte, construcción, y desarrollo tecnológico⁸⁵.

⁸⁵ Grupo Financiero Banorte. <http://www.banorte.com>. Consultada el día 8 de enero de 2007.

El crédito *Paraguas* es otro producto que Banorte ofrece en cual también tiene como objetivo a micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores de la industria, comercio y servicios. Para la obtención de este crédito no es necesario ser cliente del banco.

Características:

- o Tiene cobertura nacional
- o El préstamo puede ser por montos del 20% del capital contable sin exceder \$1 millón.
- o El plazo es de hasta 3 años y activo fijo hasta 18 meses.
- o Tiene una tasa porcentual TIE + 12 puntos porcentuales.
- o 2 años de ser una empresa constituida

El crédito *Agroactivo*, es otro de los productos que Banorte ofrece. Esta destinado a los productores del campo, así como a micro, pequeñas y medianas empresas, a personas físicas con actividad agroindustrial, agropecuaria, comercial y de servicios agropecuarios.

Se trata de una línea de crédito en moneda nacional para destinarse a capital de trabajo o adquisición de activos fijos.

Sus montos van desde 500 mil hasta 3 millones de pesos y la tasa de interés puede ser fija o variable con base de cetes, en plazos que pueden extenderse de uno a cinco años⁸⁶.

Los *Créditos Pronegocios* es un producto que va dirigido a emprendedores. Otorga créditos a microempresas de menos de 5 empleados. Por un monto de \$ 10,000 hasta \$ 50,000 pesos para invertirlo en comprar herramientas o equipo, ampliar

⁸⁶Grupo Financiero Banorte. <http://www.banorte.com>. Consultada el día 8 de enero de 2007.

instalaciones. El tiempo para pagar el préstamo debe ser de 2 años. El cual puede ser liquidado cada 15 días o cada mes, en pagos fijos.

- BBVA Bancomer

Los créditos que ofrece son:

- o Crédito Líquido

Es un financiamiento destinado para capital de trabajo y necesidades eventuales de tesorería. Para adquirirlo es necesario tener una cuenta de cheques Bancomer. Entregar información legal y financiera que su ejecutivo le solicite para evaluar su línea de crédito en cuenta corriente, tales como: acta constitutiva, estados financieros e identificaciones, entre otros. Deberá firmar un contrato de crédito en cuenta corriente y tener habilitado un medio de acceso electrónico Bancomer

- o Crediproveedores

Este crédito ofrece la opción de desarrollo a los proveedores, brindando la oportunidad de obtener financiamiento de sus cuentas por cobrar, sin contratación de pasivos y a tasas preferenciales. También permite simplificar el sistema de pagos, ya que ofrece la opción de pagar al vencimiento todas las cuentas por pagar que no se hayan anticipado al proveedor, incluso a cuentas de otros bancos. El producto funciona a través del portal del banco.

- o Habilitación o avío

Financiamiento de corto y mediano plazo para el apoyo al capital de trabajo, cuyo importe está condicionado a ser invertido únicamente en la compra de materias primas y materiales, pago de jornales, salarios y gastos directos de explotación indispensables para la operación de empresas con actividades de manufactura o transformación incluyendo a los sectores agropecuario,

- o Crédito en cuenta corriente

Financiamiento para capital de trabajo o para necesidades transitorias de tesorería, mediante el cual la empresa puede disponer en forma revolvente del saldo disponible en su contrato de crédito, a plazos máximos de 180 días.

- o Tarjeta de crédito empresarial

Cuenta con una cobertura nacional, su mercado objetivo son las micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores de la industria, comercio y servicios. Para adquirir este producto no es necesario ser cliente del banco. El monto del préstamo va desde \$ 75 mil hasta \$1 millón. En un plazo de 24 meses. Con una tasa variable, y una tasa porcentual de un mes TIIE + 8.32 puntos porcentuales⁸⁷.

- HSBC

Los créditos que ofrece y los cuales son de interés para esta investigación son:

- o Aseguramiento Agrícola

El cual ofrece garantía a la producción -Protección del valor de la producción potencial de un cultivo. (Cultivos básicos y hortalizas principalmente)- Protege el valor de las inversiones directas al cultivo sin incluir las relacionadas con labores de cosecha; opera en función de daños directos, físicos y evidentes que afecten el potencial productivo de un cultivo.

- o Programa de Crédito Agropecuario

Promueve y fomenta la inversión productiva y rentable de las actividades agropecuarias y pesqueras, a través de la canalización de recursos crediticios para el fomento, la modernización y la competitividad de los productores y las empresas del campo. Los beneficiarios son productores primarios y agroindustriales, así como comercializadores y proveedores de bienes y servicios que estén integrados a una

⁸⁷ BBVA Bancomer. <http://www.bancomer.com.mx/>. Consultada el día 8 de enero de 2007.

cadena productiva, sobre todo aquellos cuya participación sea estratégica dentro de la misma. Los tipos de créditos son de Habilitación o Avío, cuenta corriente, simple, prendarios, refaccionario.

o Refaccionario Tasa Fija

Es un crédito contractual a mediano o largo plazo destinado a fortalecer o incrementar los activos fijos de empresas agrícolas, ganaderas e industriales, el acreditado queda obligado a invertir el importe del crédito en la adquisición de instrumentos, útiles de labranza, abonos, ganado, o animales de cría, en la realización de plantaciones o cultivos cíclicos o permanentes, en la apertura de tierras para el cultivo, en la compra e instalación de maquinaria o en la construcción o realización de obras materiales necesarias para el fomento de la empresa del acreditado, además se podrá pactar que parte del importe del crédito se destine a cubrir las responsabilidades fiscales que pesen sobre la empresa del acreditado, o a cubrir los adeudos del acreditado originados por gastos de explotación o compra de bienes o ejecución de las obras que se mencionan, siempre que tales adeudos por operaciones efectuadas dentro del año anterior a la fecha del presente contrato.

o Habilitación

Crédito contractual a largo plazo destinado a la compra de insumos y al apoyo de tus ciclos productivos. Este tipo de crédito se conoce también como créditos a la producción y se caracterizan por su especial destino y garantía, por que su importe debe ser invertido precisamente en la adquisición de materias primas y materiales, compra de semillas, pago de salarios y gastos directos de explotación indispensables para fomentar la producción o transformación en la actividad industrial, agrícola, ganadera o de servicios del acreditado. Estos créditos estarán garantizados con las materias primas y materiales adquiridos, y con los frutos, productos o artefactos que se obtengan con el crédito, aunque éstos sean a futuro o pendientes, pudiéndose contratar garantías adicionales⁸⁸.

⁸⁸ HSBC. <http://dsrefw03.hsbc.com.mx> Consultada el día 9 de enero de 2007.

- Santander Serfin

Los productos que ofrece son:

- o Crédito Pyme

Es la solución para financiar necesidades de capital de trabajo o adquisiciones de activo fijo, hecho especialmente para pequeñas y medianas empresas, puesto que se otorga mediante un esquema que no requiere garantías y con tasa fija con plazos de hasta 18 meses para capital de trabajo y 36 meses para la adquisición de activos fijos⁸⁹.

- o Crédito Ágil

Es una línea de crédito revolvente, de la cual se puede hacer uso de los recursos cuantas veces sea, siempre y cuando se cuente con disponibilidad del límite de crédito.

- Grupo Citibank

- o Crédito Revolvente

Es un financiamiento dirigido a la pequeña y mediana empresa para apoyar las necesidades de capital de trabajo. Tiene una cobertura nacional, el monto del préstamo es de \$550.000, con un plazo de línea abierta sin vigencia y sin recontractación. Este crédito tiene una tasa variable con una TIIE + 12 puntos⁹⁰.

⁸⁹ Santander Serfin. www.santander-serfin.com. Consultada el día 9 de enero de 2007

⁹⁰ Banamex. www.banamex.com Consultada el día 9 de enero de 2007

- Grupo Scotiabank

- o Scotia Pyme

Esta dirigido a las pequeñas y medianas empresas. Tiene una cobertura nacional. El monto del crédito mínimo es de \$100 mil y máximo equivalente a 900 mil UDIS línea revolvente sin plazo determinado. Su tipo de tasa es variable. La tasa de interés de es TIE + 8.4 puntos. Es necesario tener una antigüedad de operación del negocio mínimo de 3 años. Como garantía es necesario declarar un patrimonio mínimo equivalente a 1.5 veces el importe solicitado y otorgar obligación solidaria personas morales y personas físicas con actividad empresarial con ventas anuales entre \$2 millones y \$20 millones⁹¹.

Como se ha visto, en la actualidad el exportador tiene una serie de productos que puede adquirir. Sin embargo es importante que las empresas interesadas en solicitar prestamos para poder expandir su negocio o ponerlo en marcha. Tengan presente los siguientes tipos de crédito, que la mayoría de las instituciones mencionadas anteriormente tienen, son los créditos que más solicitan las empresas.

- o El *crédito de habilitación también llamado avío*, el cual se otorga a empresas y personas físicas dedicadas a la industria, agricultura, ganadería o servicios, para el fomento de sus actividades productivas, para la adquisición de las materias primas, materiales, salarios y gastos directos. El plazo máximo es de un año, en caso de ser revolvente. En casos especiales se puede ofrecer a 2 ó 3 años. En este crédito es importante analizar si es conveniente o no, puesto que es a corto plazo. Por ello la empresa debe de establecer concretamente los términos para los que será utilizado y así evaluar si es de utilidad o no esta modalidad.

⁹¹ Grupo Scotiabank Inverlat. www.scotiabankinverlat.com Consultada el día 9 de enero de 2007.

- o El *crédito refaccionario* es aquel que esta destinado a incrementar los activos fijos del negocio. Una parte puede destinarse a cubrir responsabilidades fiscales u otros pasivos. Debe ser utilizado para la adquisición de instrumentos útiles de labranza, abonos, maquinaria ó en la realización de plantaciones o cultivos cíclicos o permanentes. El plazo puede ser de 7 años o más, incluyendo el período de gracia. Este crédito es a mediano o largo plazo. Es óptimo para empezar a invertir y aumentar la capacidad de producción y proyección de la empresa. Abarca un período de gracia que le da la ventaja al empresario de poner en marcha el proyecto y con ello obtener los fondos necesarios para poder solventar los pagos. Lo cual es muy viable para una empresa que esta teniendo éxito en la colocación de sus productos. Motivo por el cual desea expandir su mercado. Esto quiere decir que tiene liquidez y solvencia a largo plazo, lo cual garantiza el pago.

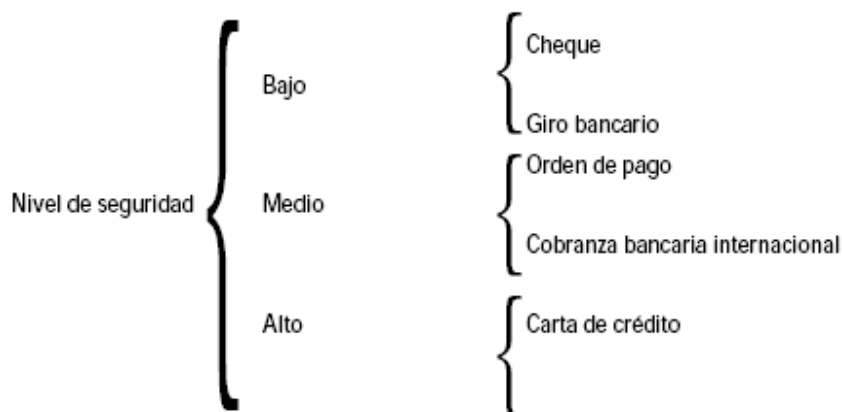
Es esencial que el empresario este bien informado sobre los financiamientos que puede solicitar. Ya que como vimos anteriormente, hay una diversidad de préstamos. Sin embargo es importante que el empresario seleccione aquel que cubra sus necesidades, y al mismo tiempo mejore la calidad de su producto, el funcionamiento, la producción, así como la comercialización.

4.3. Formas de pago

Para que la acción de exportar tenga éxito es preciso elegir la forma más adecuada para recibir o efectuar los pagos en las transacciones comerciales. Las cuales funcionan a través del intercambio de bienes por dinero e una operación donde el vendedor y el comprador se encuentran involucrados, así como la mercancía y el precio que se establezca.

Por tal razón, el comercio internacional cuenta con las diferentes modalidades de pago para la mercancía entre las cuales tenemos:

Diagrama 3. Principales Formas de Pago



Fuente: BANCOMEXT, *11ª Guía Básica del Exportador*. México, 2006. p. 197

Como podemos apreciar en el diagrama anterior, las principales formas de pago están clasificadas por su nivel de seguridad. La selección de determinada forma puede irse ajustando por el mayor o menor nivel de experiencia y de confianza.

Como se puede apreciar la carta de crédito es la que brinda mayor seguridad al exportador de que recibirá su pago y de que el importador recibirá su mercancía. A causa de ello, esta investigación abordará la carta de crédito como medio de pago más seguro, y recomendable para el exportador.

Es importante que no se olvide negociar entre las partes, quién y cómo cubrirán los gastos, y las comisiones de los bancos que intervengan en la instrumentación de la forma de pago elegida

4.3.1. Carta de Crédito

Por su gran utilidad dentro del comercio internacional este instrumento ha tomado un papel muy importante, por brindar la mayor seguridad, tanto a el exportador como al importador.

Debido a la importancia de la carta de crédito la Cámara de Comercio Internacional ha llevado a cabo una compilación de reglas de aplicación internacional, conocidas mundialmente como Reglas y Usos uniformes Relativos a los Créditos Documentarios (UCP), cuya versión vigente es la publicación 500, revisada en 1993, la cual unifica los criterios y provee certidumbre en cuanto a la forma de llevar de una manera eficiente dichas operaciones⁹².

Por lo que la UCP rige las relaciones entre compradores, vendedores y banqueros en todos los aspectos documentarios, el cual se define: “como todo acuerdo por el que un banco (BANCO EMISOR) a petición de un cliente (ORDENANTE) se obliga a hacer un pago a un tercero (BENEFICIARIO) o a aceptar y pagar letras de cambio libradas por el beneficiario, contra la entrega de documentos siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones del crédito” (Art. 2 de las UCP-500). Por tal razón, es necesario que antes de comenzar cualquier operación con carta de crédito, se busque la asesoría de un banco sobre las particularidades de esta modalidad de pago.

La cartas de crédito de acuerdo a la Cámara de Comercio Internacional las podemos definir como: el instrumento de pago mediante el cual un banco emisor por petición de un cliente se obliga hacer un pago a un tercero (vendedor o beneficiario) a aceptar y pagar letra de cambio libradas por el beneficiario, contra la entrega de documentos siempre y cuando se cumplan con los términos y condiciones de la propia carta de crédito.

⁹² BANCOMEXT, *11ª Guía Básica del Exportador*. México, 2006. p. 199

A la carta de crédito también se le conoce como Crédito Comercial o Crédito Documentario, y en ingles se le conoce por las siglas L / C que significa Letter of Credit.

Para la realización de esta forma de pago es necesario que el exportador o vendedor, formalice la operación de compra venta en donde se ha establecido los términos y las condiciones de la carta de crédito. Por lo que un banco notificador deberá tramitar esta carta de crédito a su favor y confirmar dicho acto, para que el exportador proceda a embarcar las mercancías de acuerdo con lo convenido. Por otra parte el importador es quien debe iniciar los trámites mediante un banco emisor de la carta de crédito.

De esta manera debemos entender como banco emisores el que emite o abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones de su cliente, es decir, del comprador (importador). Y el banco intermediario, puede ser llamado banco notificador, si únicamente avisa la carta de crédito ó banco confirmador si agrega su confirmación de la carta de crédito a su cliente. Asimismo representa el banco exportador⁹³.

⁹³ BANCOMEXT, *11ª Guía Básica del Exportador*. México, 2006. p.200.- Para llevar a cabo su cometido, los bancos suelen utilizar los servicios de otros bancos del extranjero, a los que se denomina corresponsales domiciliados en el país del vendedor, cuya principal función es la de revisar y certificar que los documentos cumplen con términos y condiciones de la carta de crédito para garantizar el éxito de la operación.

Las ventajas que ofrece una carta de crédito son:

Cuadro 16. Ventajas que brinda la Carta de Crédito

Exportador	Importador
Conoce los términos y condiciones para obtener su pago	Recibir los bienes contratados con oportunidad.
No le preocupa la calificación crediticia del comprador	Sabe que el beneficiario (vendedor) no podrá cobrar si no embarca.
Confianza en el banco obligado a pagar	Confía que los documentos solicitados sean revisados por expertos bancarios.
Viabilidad de proyectar términos y condiciones en documentos	Sólo se efectuará el pago al beneficiario si los términos y condiciones se cumplen literalmente. Comisiones aceptables.

Fuente: BANCOMEXT, *11ª Guía Básica del Exportador*. México, 2006. p.204

Existen diversas modalidades de las cartas de crédito, entre ellas:

- Por facilidad para modificarse o cancelarse {
 - Revocables
 - Irrevocables

- Por compromiso de pago {
 - Notificada (Avisada)
 - Confirmada

- Por modalidad {
 - Revolventes -Cláusula Roja
 - Transferibles -Cláusula Verde

- Por su disponibilidad de pago
- Por su distribución geográfica
- Stan by

Se recomienda al exportador la Carta de Crédito Irrevocable (CCI) por tener la característica principal de que el banco emisor se compromete en forma total y definitiva a pagar, aceptar, negociar o cumplir con los pagos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con todos los términos y condiciones. Un crédito irrevocable no podrá emitirse, enmendarse o cancelarse sin el consentimiento del banco emisor, del banco corresponsal, así como del beneficiario (artículo 9, inciso d, subinciso i, de la publicación 500). (Ver anexo 8)

Podemos asumir que una CCI nos da seguridad y confianza en gran parte al beneficiario, ya que una vez emitida no podrá modificarse y mucho menos cancelarse de manera unilateral, sino solo con el consenso de todas las partes. Motivo por el cual es la modalidad más usada y por ello la mayoría de los bancos cuentan con formatos que tienen la indicación impresa de ser una carta de crédito irrevocable. Si el exportador ya cuenta con una CCI, sólo deberá presentar los documentos requeridos en orden y en los plazos previstos para obtener el pago correspondiente.

Los puntos a considerar en la emisión de la carta de crédito son:

- Nombre completo y dirección del beneficiario.
- Importe de la carta de crédito
 - o Aproximado, concede un 10% de mas o de menos
 - o Máximo, concede un 5% de mas o de menos
- La clase de carta de crédito (Irrevocable, Notificado o Confirmado entre otras)
- La forma en que será pagado o negociado bajo aceptación.
- La parte contra la que debe hacerse la letra de cambio, y en el caso de pago a plazo el número de días.
- Una breve descripción de la mercancía, incluyendo cantidad y precio unitario.
- Si el flete debe ser pagado o por cobrar

- Lista de los documentos exigidos, especificando si será negociable contra originales y copias o solamente contra copias de los mismos.
- El lugar del embarque y destino de la mercancía
- Especificar si los transbordos son permitidos o prohibidos
- Especificar si los embarques parciales son permitidos o prohibidos
- La fecha del embarque
- La fecha y lugar del vencimiento de la carta de crédito
- Especificar como debe hacerse el envío de los documentos, en un solo correo o dos.
- Especificar el término de venta (Incoterm)
- Especificar quien tomará el seguro de la mercancía
- Especificar quién debe aparecer como consignatario y la parte a notificar en el conocimiento de embarque.

Las instrucciones que se proporcione al banco emisor deber ser claras, precisas y libres de detalles excesivos. Cualquier examen de la mercancía antes o en el momento del embarque, deberá estar certificado por un documento. La carta de crédito no deberá exigir documentos que el beneficiario o exportador no pueda suministrar, ni establecer condiciones que este no pueda cumplir⁹⁴.

Se recomienda al exportador que sino ha recibido la notificación por parte de un banco, no realice embarques, sólo hasta tener la confirmación del banco notificador. Es necesario que verifique que todos los términos y las condiciones coincidan con lo establecido con el comprador. Asimismo si el exportador no tiene experiencia en este rubro es aconsejable negociar el pago de sus productos se realice mediante una carta de crédito irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos, sobre todo cuando no exista mucha confianza con su cliente⁹⁵.

⁹⁴ Ibíd. p 204

⁹⁵ Ibíd. p.203

Las Cartas de Crédito, son una garantía que ofrecen los bancos o instituciones de crédito para pagar una cierta suma de dinero; se paga contra la presentación de documentos que certifican un hecho o acto jurídico; su plazo para hacer uso de la carta de crédito debe estar establecido.

El contrato de crédito es el que regula la relación entre el banco emisor y ordenante. En este contrato se definen las condiciones bajo las cuales el banco esta dispuesto a emitir cartas de crédito por cuenta del ordenante.

4.4. Tasas de interés nacionales e internacionales.

Para poder adquirir un financiamiento es importante tener presente las tasas de interés nacional e internacional, puesto que estimulan ó desestimulan la inversión. Si un país sube sus tasas de interés, su moneda se fortalecerá frente a las monedas de otros países, ya que los inversionistas invertirán en la moneda de tal país para obtener un mayor rendimiento. Sin embargo, el incremento de las tasas de interés es con frecuencia una mala noticia para los mercados accionarios. Algunos inversionistas retirarán sus inversiones en acciones del país que subió las tasas de interés, al creer que costos más altos de endeudamiento tendrán un efecto adverso sobre el balance y resultarán en acciones devaluadas, debilitando así la divisa del país. Por ello, el banco central de cada país es el que puede manejar la política monetaria que más se adapte a su economía.

El momento oportuno para realizar cambios en las tasas de interés, es realizado por cada país, y a nivel internacional estas variaciones tienen lugar en reuniones regulares del Banco de Inglaterra, la Reserva Federal de los Estados Unidos de Norteamérica, el Banco Central Europea, el Banco de Japón, y otros bancos centrales.

4.4.1. Tasas de Interés Nacionales

Las tasas de interés nacional son reguladas por el Banco de México. Entre ellas se encuentran los Certificados de Tesorería (CETES) que son títulos de crédito al portador denominados en moneda nacional a cargo del Gobierno Federal, en los cuales se consigna la obligación de éste a pagar su valor nominal al vencimiento, más intereses.

Dicho instrumento se emitió con el fin de influir en la regulación de la masa monetaria, financiar la inversión productiva y propiciar un sano desarrollo del mercado de valores⁹⁶.

**Cuadro 16. Certificados de la Tesorería
(CETES)**

AÑO	Tasa promedio anual porcentual (28 DÍAS)
2000	6.80
2001	7.30
2002	1.60
2003	2.40
2004	2.00
2005	6.14
2006	3.63

Fuente: Banco de México

La tasa de interés interbancaria de equilibrio (TIIE) refleja las condiciones prevalecientes en el mercado de dinero en moneda nacional calculado diariamente

⁹⁶ <http://www.definicion.org/certificados-de-la-tesoreria-de-la-federacion>. Consultada el día 21 de enero de 2007.

por el Banco de México, con base en las cotizaciones de las tasas de interés ofrecidas a distintos plazos por las diversas instituciones de banca múltiple⁹⁷.

**Cuadro 17. Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio
(TIIE)**

AÑO	Tasa porcentual (TIIE 28 DÍAS)
2000	16.96
2001	12.89
2002	8.17
2003	6.83
2004	7.15
2005	9.61
2006	7.30

Fuente: Banco de México

En los cuadros 16 y 17, se puede apreciar una baja en las tasas de interés (CETES y TIIE) lo cual ha dado paso a la inversión y a los créditos financieros. Y ha tenido como objetivo que reactive la actividad y el gasto en la economía.

4.4.2. Tasas de Interés Internacionales

Las tasas internacionales mas importante son la Prime Rate y la Libor, las cuales varían constantemente en función de la demanda del crédito y de la oferta monetaria y se utiliza como parámetro de las demás tasas mundiales.

La primera es la tasa de referencia de la Reserva Federal de los Bancos de Estados Unidos de Norteamérica. Que los bancos estadounidenses aplican a sus clientes de

⁹⁷ Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros. http://www.condusef.gob.mx/Seccion_Fija/glosario/glosario_esp/t.html. Consultada el día 21 de enero de 2007.

primera línea. Estos le asignan a dicha tasa un spread o plus⁹⁸ correspondiente a los bancos del exterior que obtienen préstamos o adelantos de fondos.

Muchos emisores utilizan las tasas preferenciales establecidas por las grandes instituciones financieras tales como Citibank o Chase Manhattan o el promedio de tasas preferenciales del Wall Street Journal

Cuadro 19. Estados Unidos de Norteamérica
PRIME RATE

AÑO	Tasa porcentual (1 MES)
2000	9.19
2001	7.13
2002	4.71
2003	4.13
2004	4.29
2005	6.10
2006	7.94

Fuente: Centro de Estudios Económicos del Sector Privado

La tasa London Interbank Offered Rate es la tasa interbancaria vigente en la plaza de Londres, Inglaterra, que normalmente aplican los bancos europeos.

Por definición, es la tasa promedio que queda fijada por las operaciones realizadas por los más importantes bancos europeos, diariamente a las 11a.m en el mercado de Londres; por lo que se puede generalizar que la tasa Libor refleja el costo de los bancos para financiar sus recursos en dólares en el euro - mercado.

⁹⁸ Es el adicional que perciben los Bancos al otorgar un financiamiento (Prime Rate o Libor), representa la diferencia existente entre el riesgo cliente y el costo del dinero para el banco.

Es una de las tasas de referencia de corto plazo de mayor importancia debido a que más del 30% de las transacciones de monedas y el 20% de los préstamos bancarios internacionales se realizan a través de las oficinas de los bancos londinenses, y se encuentra íntimamente ligada a la evolución de las tasas de referencia de los Estados Unidos. Para su cálculo, la Asociación Británica de Bancos toma los datos de préstamos interbancarios de un conjunto de 16 bancos que son seleccionados como muestra representativa del mercado⁹⁹.

**Cuadro 19. London Interbank Offered Rate de la Unión Europea
(LIBOR)**

AÑO	Tasa porcentual (1 MES)
2000	6.56
2001	1.87
2002	1.38
2003	1.12
2004	2.40
2005	4.39
2006	4.68

Fuente: Centro de Estudios Económicos del Sector Privado

Podemos observar en el cuadro 18 que el deterioro en las tasas afectó al tipo de cambio del peso. Ya que la reducción en el diferencial de tasas entre México y Estados Unidos ha propiciado un freno en el flujo de divisas, además de que la demanda especulativa en el mercado interno influye en la debilidad del peso.

⁹⁹ Ecoline, <http://www.econline.com.ar/archivos/2922.pdf>, Consultada el día 21 de enero de 2007.

Otro de los factores que más influyó en la reducción de las tasas de interés fue la liquidez que aún persiste a nivel mundial, que facilitó el manejo de los compromisos con el exterior y contribuyó a bajar el riesgo país en todo el mundo.

CONCLUSIONES

El comercio internacional ha sido regulado a través de una serie de complejas negociaciones desde 1947, año en que se crea el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), con el fin de fundar regímenes internacionales que aseguran la paz y seguridad internacional. No obstante este proceso que busca establecer reglas multilaterales transparentes, que tengan como objetivo el bienestar general, el cual en muchas ocasiones se ha visto frenado por los intereses nacionales de algunos países.

En este ámbito, las negociaciones comerciales de mercancías agropecuarias se han visto obstaculizadas, al ser una de las actividades más difíciles de liberalizar, lo cual no es de sorprender, el porque después de ocho rondas de negociación se hayan podido asentar algunas disposiciones contenidas en el Acuerdo sobre Agricultura. Sin embargo, pareciera que estas reglas fueron negociadas sólo entre los grandes poderes, razón por la cual, los compromisos adquiridos dentro de este acuerdo fueron compatibles con sus propias restricciones políticas internas. Y por tanto, no mejoraron los ingresos de las economías que dependen más de la agricultura.

La creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC), como institución supletoria del GATT, estuvo encaminada a ampliar su espectro de acción. Sin embargo, en las negociaciones comerciales, hubo dificultades en el rubro de la agricultura, al representar esta, un tema muy sensible. Lo que hizo que el avance de estas negociaciones tomará un proceso muy lento. Ya que la liberalización de este sector contribuiría al mejoramiento de los países que se encuentran marginados.

Difícilmente puede decirse que la agricultura haya sido puesta en pie de igualdad con el resto de las mercancías como resultado de los acuerdos de la Ronda de Uruguay de 1994, así como de las que siguieron (Singapur 1996, Ginebra 1998, Seattle 1999, Conferencia Ministerial de Doha 2001; Reunión Ministerial de Cancún 2003, y la de Hong Kong en el 2005).

De esta manera se aprecia como el interés nacional de unos cuantos países, puede obstruir el avance definitivo de las negociaciones. Ya que países ricos como Estados Unidos, Corea Japón Suiza y la Unión Europea, no han permitido que las negociaciones avancen, al recurrir a un sin fin de justificaciones que permitan mantener sus políticas de protección. Mismas que han provocado que la credibilidad en ellas se pierda ante la comunidad internacional.

El libre comercio puede ser perseguido por todos y ser el objetivo primordial de los países, sin embargo cuando este excluye sectores sensibles para algunos participantes, en perjuicio de otros refleja un comercio no equitativo.

En cuanto a la agricultura, es esencial que pueda competir con los productos industriales, mediante la innovación de productos procesados, que tengan un valor agregado, para generar más divisas al momento de comercializarlo. Solo así, es posible que se creen mejoras en las economías de países en desarrollo.

El lento avance de las negociaciones multilaterales en el seno de la OMC, ha contribuido a la proliferación de acuerdos de libre comercio. Por lo que los países en desarrollo han optado por llevar acabo este acto. Con los Tratados de Libre Comercio se han podido obtener “ventajas” y por medio de ellos se tienen aranceles más bajos (o preferenciales), pero sobre todo se ha podido incrementar la oferta exportable.

México se convirtió en una de las economías más abiertas de América Latina desde su ingreso al GATT en 1986. La cual obligó a ir eliminando prácticas proteccionistas, que aunado a la crisis petrolera y la deuda externa que México pasaba en ese momento, colocaban a la agricultura en una posición relegada y con poco impulso para el desarrollo del país.

Con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el cual fue una muestra del apresurado proceso de apertura comercial que dejó desprotegido a ciertos sectores dentro de estos al campo.

Asimismo la adhesión a la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la firma de diferentes acuerdos y convenios sobre cooperación. Hicieron que Europa mirará con ojos diferentes a México, por lo que buscó consolidar sus relaciones, mediante el Acuerdo de Libre Comercio (TLECUEM 2000). Previendo el acceso libre de aranceles al mercado de la UE de todos los productos mexicanos (que se dio en el 2003) y la plena liberalización de los productos industriales de la UE en este año (2007) así como un elevado grado de liberalización en que lo respecta a los productos de la agricultura y la pesca.

Debido a este Acuerdo las relaciones con Europa se han incrementado. Asimismo las relaciones con cada uno de sus países. En el caso de la República Federal de Alemania decidió ampliar sus mecanismos de colaboración. Dentro del grupo de países latinoamericanos, México ocupa uno de los lugares más importantes dentro de la agenda de política exterior de Alemania, consolidando entre las dos naciones relaciones estratégicas que le permita a nuestro país complementar su vínculos con las 25 naciones que conforman hoy en día a la Unión Europea

En lo político, ambos países reconocen su respectivo peso específico: Alemania aprecia la ubicación estratégica de México como bisagra política y económica entre Norte y Sudamérica. México aprecia el papel líder de Alemania en la UE, en particular su impulso de los procesos de ampliación y profundización, que son elementos que deben ser mejor aprovechados al amparo del Acuerdo de Concertación Política, Libre Comercio y Cooperación entre México y la Unión Europea, vigente desde el 2000.

Alemania es un país que se interesa en productos innovadores que contribuyan a una sana alimentación. Es evidente que hoy en día, existe la tendencia de productos

innovadores que no afecten la salud de los consumidores, así como el medio ambiente.

Alemania como país de primer mundo, esta exigiendo cada vez más productos que tengan estas características, por lo que tiene especial cuidado con la importación de productos de calidad, cumplan con las reglas de origen y las máximas normas de calidad.

México cuenta con una amplia gama de productos nuevos, de los cuales puede sacar ventaja frente a sus competidores. Dentro de estos, se encuentra los productos derivados del nopal, su aprovechamiento va desde el estrictamente agrícola, tanto para la alimentación humana como para la del ganado, al industrial, para la fabricación de anticorrosivos, caucho y combustibles líquidos (etanol) o gaseosos (metano), pasando por el uso medicinal. También se pueden elaborar productos confitados, deshidratados y congelados, así como cosméticos.

A causa de ello el cultivo de este recurso se ha incrementado, razón por la cual es importante que productores e industriales se unan y aprovechen las ventajas con que este producto cuenta a nivel nacional como internacional.

La mermelada de nopal es un producto innovador que a pesar de ser procesado, mantiene las propiedades de esta cactácea, en una buena porción. Es fundamental que momento de su elaboración se tengan los cuidados necesarios para no afectar el contenido en nutrientes. Se requiere que la temperatura y agotamiento de aire requeridos en el proceso, sean los óptimos para obtener un producto de calidad.

La mermelada de nopal representa un producto innovador que puede tener aceptación en el mercado alemán, destacando las ventajas de que es un producto nuevo y exótico. Así como atractivo para los consumidores de este mercado que pueden optar por esta mermelada como una opción más, al momento del desayuno.

Como alimento envasado cumple con las normas requeridas de seguridad microbiológicas y de contenido nutrimental. Que proporciona al consumidor un producto de calidad, innovador y exótico, que no afecte su alimentación.

El exportar este producto puede asustar al exportador por la distancia que hay entre México y Alemania, sin embargo, al no ser perecedero, nos da una serie de ventajas entre ellas que la vida en anaquel es de 3 años antes de ser abierto el envase, un buen embarque y embalaje que le permita ser transportado largas distancias y el cumplimiento de todas las normatividades solicitadas por ambas naciones, darán fructificos resultados

La exportación de la mermelada de nopal a la República Federal de Alemania es viable. Ya que, día a día, nuevos productos saltan al mercado con la misión de conquistar a los consumidores más exigentes. Así ocurre con el negocio de los alimentos en conserva, que está ofreciendo a los emprendedores la oportunidad de probar un negocio desde niveles simples, sin necesidad de arriesgar grandes inversiones. Solo se necesita promover el producto para que sea conocido. La estrategia esta en ofrecer una presentación atractiva, agradable y conveniente de productos benéficos para la salud. Razón por la cual, es importante que los consumidores tengan conocimiento de su existencia. Asimismo es esencial, hacer las adaptaciones correspondientes al producto para poder comercializarlo y exportarlo.

El exportar hacia Alemania representa un reto en donde el empresario se enfrenta a varios factores, entre ellos, el idioma, las costumbres, la forma de hacer negocios, el clima, entre otros. Estos puntos son los que en muchas ocasiones pueden dificultar la operación. Sin embargo, el exportador debe de reunir las herramientas necesarias para poder efectuar este proceso. Mediante asesoría y capacitación adecuada.

Llevar acabo esta acción requiere tener metas claras, tomando en consideración los aspectos en cuanto la capacidad de producción para atender los volúmenes

demandados en el extranjero. Es fundamental cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas para la mermelada de nopal, calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de los costos; contar con un contrato internacional que considere los derechos y obligaciones de las partes. Contratar un seguro que respalde la mercancía. Utilizar como medio de pago la carta de crédito irrevocable, pues proporciona al exportador confiabilidad de recibir su pago.

Es fundamental que el empresario aproveche los apoyos financieros a las exportaciones, los cuales facilitan este proceso proporcionando los medios necesarios para realizar dicho acto, entre ellos se encuentra: el Decreto para el Fomento de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX), Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), Empresas de Comercio Exterior (Ecex). Al igual que el IMMEX, Bancomext y Nafin, sufrieron una fusión la cual, ha servido solo para economizar los gastos del gobierno, sin embargo siguen conservando su propósito principal de fomentar la exportación. Asimismo, esto incurre en que la banca privada tenga más participación. Por tanto, el empresario debe seleccionar el programa, así como la institución que le sea más conveniente.

La acción de exportar significa incrementar las operaciones comerciales, y por consiguiente, el aumento en las utilidades para la empresa en el mediano y largo plazo; debido a la diversificación de mercados de consumidores en otros países.

Asimismo brinda a los empresarios, la oportunidad de ingresar a nuevos mercados de forma rápida, sencilla y en ocasiones con inversiones mínimas. Siempre y cuando se aplique una planeación y metodología adecuadas, la posibilidad de éxito se puede asegurar.

A N E X O S

ANEXO 1

Múltiples ventajas competitivas hacen de Alemania el destino número uno de la inversión extranjera.



Fuente: Invest in germany. <http://www.invest-in-germany.de>. Consultada el día 3 de octubre de 2006.

ANEXO 2

De acuerdo al anexo H de la Sexta Directiva, los precios o porcentajes determinados para los Estados Miembros quedan de la siguiente forma:

Estado miembro	Precio (%)			
	Estándar	Reducido	Súper Reducido	Aparcamiento
Austria	20	10	-	12
Bélgica	21	6	-	12
Chipre	15	5	-	-
República Checa	19	5	-	-
Dinamarca	25	-	-	-
Estonia	18	5	-	-
Finlandia	22	8 - 17	-	-
Francia	19.6	5.5	2.1	-
Alemania	16	7	-	-
Grecia	19	9	4.5	-
Hungría	20	15 - 5	-	-
Irlanda	21	13.5	4.8	13.5
Italia	20	10	4	
Letonia	18	5	-	-
Lituania	18	5	-	-
Luxemburgo	15	6	3	12
Malta	18	5	-	-
Países Bajos	19	6	-	-
Polonia	22	7	3	-
Portugal	21	5 - 12	-	-
República eslovaca	19	-	-	-
Eslovenia	20	8.5	-	-
España	16	7	4	-
Suecia	25	6 - 12	-	-
Reino Unido	17.5	5	-	-

Fuente: <http://export-help.cec.eu.int/thdapp/taxes/MSServlet?action=output&mode=itaxes&taricCode=20079998&prodLine=null&reporterId=de&partnerId=mx>

ANEXO 3

Aditivos

Aditivo	Dosis máxima permisible
Acido ascórbico	quantum satis (*)
Acido cítrico	quantum satis (*)
Sorbato de potasio y, Benzoato de Sodio	usados por separado o en combinación no deben superar los 600 mg/kilo ó 600 mg/litro
Citrato de Sodio mono, di o trisódico	quantum satis (*)

(*) La expresión “quantum satis” significa que no se especifica ningún nivel máximo. No obstante, se señala que en base a lo establecido en las “Prácticas de Buena Manufactura”, los niveles en el uso de estos aditivos no podrá ser superior al mínimo necesario para conseguir el objetivo tecnológico pretendido.

Fuente: BANCOMEXT. *Guía de exportación sectorial Alimentos Procesados*. México 2000.p.156

ANEXO 4

De Aditivos Alimenticios

ADITIVOS	PRODUCTOS	LIMITE MAXIMO
REGULADORES DE pH		
Acido cítrico	Purés, jaleas, ates, mermeladas.	BPF, salvo para hongos esterilizados, solo o mezclado con ácido láctico hasta un máximo de 5g/kg
Acido fumárico	Purés, jaleas, ates, mermeladas.	Solo o mezclado con ácido tartárico y sus sales expresadas como ácido para mantener el pH a un nivel entre 2,8 y 3,5 hasta un máximo de 3g/kg
Acido láctico	Jaleas, ates y mermeladas.	BPF
Acido málico	Jaleas, ates y mermeladas	BPF
Acido tartárico	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas, jugos y néctares	Solo o mezclado con ácido fumárico y sus sales expresadas como ácido para mantener el pH a un nivel entre 2,8 y 3,5 hasta un máximo de 3g/kg
Bicarbonato de potasio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas.	BPF
Carbonato de potasio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas.	BPF
Carbonato de sodio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas.	BPF
Citrato de sodio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas, jugos, néctares y salsas.	BPF
Fumarato de sodio	Purés, jaleas, ates, mermeladas.	Solo o mezclado con ácido tartárico y sus sales expresadas como ácido, para mantener el pH a un nivel entre 2,8 y 3,5 hasta un máximo de 2 g/kg
Lactato de calcio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas. Legumbres en conserva	Solo o mezclado con otros endurecedores expresados como calcio para mantener el pH al nivel entre 2,8 y 3,5 hasta un máximo de 200 mg/kg.

		Solo o mezclado hasta un máximo de 350 mg/kg.
Lactato de sodio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas.	BPF
Tartrato (L+) de potasio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas.	Solo o mezclado con ácido fumárico y sus sales expresado como ácido, para mantener el pH entre 2,8 y 3,5 hasta un máximo de 3 g/kg
Tartrato (L+) de sodio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas.	Solo o mezclado con ácido tartárico y sus sales expresados como ácido para mantener el pH entre 2,8 y 3,5 hasta un máximo de 3 g/kg
Tartrato (L+) de potasio y sodio	Frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas.	Solo o mezclado con ácido fumárico y sus sales expresadas como ácido para mantener el pH entre 2,8 y 3,5 hasta un máximo de 3 g/kg
ANTIESPUMANTES		
Dimetilpolisiloxano	Frutas en conserva, mermeladas, purés, jaleas, ates, jugos y néctares.	10 mg/kg
ANTIOXIDANTES		
Acido ascórbico y sus sales de sodio y calcio	Puré, jalea, ate, mermelada y manzana en almíbar. Puré, jalea, ate, mermelada y mangos en almíbar. Coctel de frutas en conserva, frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas. Puré, jalea, ate, mermelada y duraznos en almíbar	Solo o mezclado con ácido ascórbico hasta un máximo de 150 mg/kg. Solo o mezclado con ácido ascórbico hasta un máximo de 200 mg/kg. 500 mg/kg 550 mg/kg
Acido eritórbico y su sal de sodio	Puré, jalea, ate, mermelada y grosella negra en almíbar Hongos comestibles y sus productos, setas en conserva, espárragos en conserva, vegetales en conserva. Puré, jalea, ate, mermelada y manzanas en almíbar, jugos y néctares.	750 mg/kg BPF Solo o mezclado con ácido ascórbico hasta un máximo de 150 mg/kg
COLORANTES		
Colorantes orgánicos naturales.	Jugos y néctares, mermeladas, vegetales en conserva y salsas.	BPF
ACENTUADORES DE SABOR		

Glutamato L-monosódico	Espárragos en conserva y hongos en conserva, tomate y sus derivados, salsas sin picante y sopas Caldo gallego, fabada, frijoles, paella y pozole	BPF 0,5 g/kg
CONSERVADORES		
Acido sórbico	Mermeladas	Solo o mezclado expresado como ácido sórbico hasta un máximo de 500 mg/kg
Benzoato de sodio	Salsas, frutas en almíbar, purés, jaleas, ates, mermeladas y jugos	Solo o mezclado hasta un máximo de 1000 mg/kg
Dióxido de azufre	Castañas en conserva Frutas en almíbar, purés, ates, jaleas, mermeladas.	30 mg/kg calculado como SO ₂ 100 mg/kg por efecto de transferencia
ESPESANTES		
Alginato de amonio	Productos tratados térmicamente, después de la fermentación	Solo o mezclado con otros estabilizantes y espesantes hasta un máximo de 5 g/kg
Pectina (amidada y no amidada)	Mangos en conserva, jugos y néctares, mermeladas, jaleas y ates Castañas y puré de castañas Espárragos en conserva, salsas	BPF Solo o mezclado hasta un máximo de 10 g/kg Solo o mezclado con otros espesantes cuando el producto contiene mantequilla u otras grasas y aceites, hasta un máximo de 10 g/kg

Fuente: http://ujed.com.mx/varios/curso_forestales/normas_oficales/SSA/NOM-SSA-lacteos.doc Consultada el día 22 de agosto de 2006.

ANEXO 5

Pedimento de Exportación

PEDIMENTO										Pagina 1 de N		
NUM. PEDIMENTO:					T. OPER:		CVE. PEDIMENTO:		REGIMEN:		CERTIFICACIONES	
DESTINO:		TIPO CAMBIO:		PESO BRUTO:			ADUANA E/S:					
MEDIOS DE TRANSPORTE				VALOR DOLARES:								
ENTRADA/SALIDA:		ARRIBO:		SALIDA:		VALOR ADUANA:						
						PRECIO PAGADO:						
DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR												
RFC:												
CURP:												
DOMICILIO:												
VAL.SEGUROS		SEGUROS		FLETES		EMBALAJES		OTROS INCREMENTABLES				
ACUSE ELECTRONICO						CLAVE DE LA SECCION ADUANERA						
DE VALIDACION:						DE DESPACHO:						
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:												
FECHAS						TASAS A NIVEL PEDIMENTO						
						CONTRIB.		CVE. T. TASA		TASA		
CUADRO DE LIQUIDACION												
CONCEPTO		F.P.	IMPORTE		CONCEPTO		F.P.	IMPORTE		TOTALES		
										EFECTIVO		
										OTROS		
										TOTAL		
DATOS DEL PROVEEDOR												
ID. FISCAL			NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL					DOMICILIO:			VINCULACION	
NUM. FACTURA		FECHA		INCOTERM		MONEDA EXT.		VAL.MON.EXT.		FACTOR MON.EXT.		VAL.DOLARES
TRANSPORTE	IDENTIFICACION :											
PAIS:												
NUMERO (GUIA/ORDEN EMBARQUE) / ID :												
NUMERO / TIPO DE CONTENEDOR:												
CLAVE / COMPL. IDENTIFICADOR												
CUENTAS ADUANERAS DE GARANTIA												
TIPO CUENTA:		CLAVE GARANTIA:		INSTITUCION EMISORA				NUMERO DE CUENTA:				
FOLIO CONSTANCIA:				TOTAL DEPOSITO:				FECHA CONSTANCIA:				
DESCARGOS												
NUM. PEDIMENTO ORIGINAL:				FECHA DE OPERACION ORIGINAL:				CVE PEDIMENTO ORIGINAL:				
OBSERVACIONES												

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O ALMACEN		DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD:	
NOMBRE O RAZ. SOC:		PATENTE O AUTORIZACION:	
RFC:		CURP:	
MANDATARIO / PERSONA AUTORIZADA			
NOMBRE:		FIRMA AUTOGRAFA	
RFC:		CURP:	

ANEXO A

ANEXO DEL PEDIMENTO				Pagina M de N			
NUM. PEDIMENTO:		TIPO OPER:		CVE. PEDIM:		RFC:	
						CURP:	

PARTIDAS													CON	TASA	T.T.	F.P.	IMPORTE
SEC	FRACCION	SUBD	VNC	METVAL	UMC	CANTIDADUMC	UMT	CANTIDADUMT	P.O.V	P.O/D	DESCRIPCION (REGLONES VARIABLES SEGUN SE REQUIERA)						
	VAL ADUANA	IMP.	PRECIO PAG.	PRECIO UNIT.	VAL. AGREG	E.F. ORIG-DEST-COMP-VEND											
1	MARCA			MODELO			CODIGO PRODUCTO										
	VIN / NUM. SERIE			KILOMETRAJE			VIN / NUM. SERIE			KILOMETRAJE							
	PERMISO		NUMERO PERMISO		FIRMA DESCARGO		VAL. COM. DLS.		CANTIDAD UMT								
	IDENTIF.		COMPLEMENTO		IDENTIF.		COMPLEMENTO		IDENTIF.		COMPLEMENTO						
	C/E GAR.		INST. EMSORA		FECHA C.		NUMERO DE CUENTA		FOLIO CONSTANCIA								
	TOTAL DEPOSITO:			PRECIO ESTIMADO			CANT. U.M. PRECIO EST.:										
2																	
	VIN / NUM. SERIE			KILOMETRAJE			VIN / NUM. SERIE			KILOMETRAJE							
	PERMISO		NUMERO PERMISO		FIRMA DESCARGO		VAL. COM. DLS.		CANTIDAD UMT								
	IDENTIF.		COMPLEMENTO		IDENTIF.		COMPLEMENTO		IDENTIF.		COMPLEMENTO						
	O/E GAR.		INST. EMSORA		FECHA C.		NUMERO DE CUENTA		FOLIO CONSTANCIA								
	TOTAL DEPOSITO:			PRECIO ESTIMADO			CANT. U.M. PRECIO EST.:										
	OBSERVACIONES																

*****FIN DE PEDIMENTO *****NUM. TOTAL DE PARTIDAS: *****CLAVE PREVALIDADOR: *****

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O ALMACEN NOMBRE O RAZ SOC: RFC:		DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD: PATENTE O AUTORIZACION:	
CURP: MANDATARIO / PERSONA AUTORIZADA			
NOMBRE: RFC:		FIRMA AUTOGRAFA	

ANEXO A

El formato de Pedimento esta conformado por una serie de bloques, en donde, se deberá imprimir aquellos que sean de utilidad y que vayan de acuerdo a la información que necesitamos declarar, con la finalidad de poder exportar nuestro producto.

Por tal razón, se especifican los bloques que conforman un pedimento, citando la obligatoriedad de los mismos y la forma en que deberán ser impresos.

Los bloques que conforman el pedimento, citando su obligatoriedad, son los siguientes:

Nombre	Obligatoriedad
Encabezado principal del pedimento	Obligatorio en todo pedimento
Encabezado para paginas secundarias del pedimento	Obligatorio en caso de que el pedimento contenga mas de una hoja
Pie de pagina de todas las hojas del pedimento	Obligatorio en todas las hojas del pedimento
Fin del pedimento	Obligatorio en la ultima pagina del pedimento
Facturas	Opcional
Transportista	Opcional
Guía o manifiestos	Opcional
Contenedores	Opcional
Identificadores (nivel pedimento)	Opcional
Descargos	Obligatorio solo en pedimentos de extracción de deposito fiscal, cambio de régimen, reexpedición o cuando las mercancías hayan arribado a la aduana de despacho en transito
Observaciones (<i>nivel pedimento</i>)	Opcional
Encabezado de partidas	Obligatorio en todo pedimento
Mercancías	Opcional
Regulaciones y Restricciones no arancelarias	Opcional
Identificadores (nivel partida)	Opcional
Observaciones (<i>nivel partida</i>)	Opcional

ANEXO 6

Factura comercial

Date of Export:				Export References (i.e. order no., invoice no., etc):				
Shipper/Exporter (complete name and address):				Recipient (complete name and address):				
Country of export:				Importer - if other than recipient (complete name and address):				
Country of manufacture:								
Country of ultimate destination:								
Federal Express International Air Waybill Number:				Currency:				
Marks/Nos	No. of pkgs	Type of packaging	Full Description of goods	Qty	Units of measure	Weight	Unit value	Total Value
	Total No. of Pkgs					Total Weight		Total Invoice Value
I declare all the information contained in this invoice to be true and correct							Check One	
Signature of shipper/exporter (type name and title and sign)					Date:		☐ FOB ☐ C&F ☐ CIF	

En el caso de la factura es importante que se cuente con las cantidades, peso y medidas del embarque, el precio de la mercancía, la divisa utilizada, el o los incoterms a utilizar, la fracción arancelaria; el flete, la prima de seguros, costo embalaje, así como el lugar y fecha de expedición.

Fuente: <http://www.fedex.com/es/shippingguide/invoiceblank.html> consultada el día 17 julio de 2006

ANEXO 7

Certificado de Origen

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A 000.000	
Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso		
2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre		
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa)	 y (indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)	
	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos	5. País, grupo de países o territorio de destino
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)	7. Observaciones	
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos (1); Designación de las mercancías (2)	9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m3, etc.)	10. Facturas (mención facultativa)
11. VISADO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL COMPETENTE Declaración certificada conforme Documento de exportación (3): Sello Modelo No..... Aduana o Autoridad gubernamental competente:... País o territorio de expedición:..... En....., a.....	12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. En....., a..... (Firma)	

ANEXO 8

Comparativo de riesgo vendedor-comprador (exportador-importador) por formas y momento de pago, utilizados en el comercio internacional

Forma de pago	Momento de pago al vendedor (exportador)	Bienes disponibles para el comprador (importador)	Riesgos para el vendedor (exportador)	Riesgos para el comprador (importador)
Cheque	Antes de embarcar.	Al arribo.	Casi ninguno; verificar recomendaciones en el apartado correspondiente.	Total confianza en el exportador al embarcar las mercancías.
Giro bancario	A la fecha del giro.	Antes del pago.	Alta confianza de que el importador envíe el giro; alto riesgo exportador.	Mínimo riesgo. Sólo verifica cantidad y calidad al arribo.
Orden de pago	Antes de embarcar.	Al arribo.	Ninguno; verificar solamente el correcto acreditamiento a la cuenta.	Alta confianza en el exportador; alto riesgo parte compradora.
Cobranza bancaria	Al momento de presentar documentos financieros (letra de cambio) y documentos comerciales (facturas, conocimiento de embarque, etc.).	Al arribo.	Riesgo medio ante la renuencia del comprador de cubrir las letras de cambio.	Riesgo medio bajo; el comprador mantiene la posibilidad de negarse al pago si el embarque no ha llegado o está incompleto.
Carta de crédito (confirmada e irrevocable)	Cuando el embarque ha sido enviado.	En cuanto llegue el embarque previamente confirmado.	Ninguno, tomando en cuenta los términos de la carta de crédito (Irrevocable y confirmada).	Casi ninguno, especificando los requerimientos del comprador en la carta de crédito.

Fuente: BANCOMEXT, 11ª Guía Básica del Exportador. México, 2006.

FUENTES DE CONSULTA

Legislación Consultada:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Editorial SISTA, México, 2000
- Ley Aduanera y Reglamento. Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior 2006. Ediciones Fiscales ISEF. Mayo 2006. México.
- Ley de Comercio Exterior y Reglamento. Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior 2006. Ediciones Fiscales ISEF. Mayo 2006. México.

Obras Consultadas:

- Banco Nacional de Comercio Exterior. Guía de exportación sectorial. Alimentos Procesados. 2ª. Edición México: Bancomext, 2000.
- Banco Nacional de Comercio Exterior, 11ª Guía Básica del Exportador. México, 2005.
- Bustamante Morales, Miguel Ángel. Los Créditos Documentarios en el Comercio Internacional. México: Trillas, 1998.
- Cordeu, José Luis. El estado de las negociaciones agrícolas multilaterales y del proteccionismo comercial agrícola. Una opinión personal. Oficial Principal de Productos Básicos FAO-RLC. Santiago 5 de Septiembre de 2004.

- Cordeu, José Luis. Estado de Situación de las Negociaciones Agrícolas Internacionales Junio- Agosto de 2004. Oficial Principal de Productos Básicos FAO-RLC. Santiago 5 de Septiembre de 2004.
- Coronado Trinidad, Miriam. Elaboración de mermeladas. Procesamiento de alimentos para pequeñas y microempresas agroindustriales. Centro de Investigación Educación y Desarrollo. Perú. 2001.
- Di Gioia, Miguel Ángel. Envases y Embalajes, Como herramientas de la exportación. Editorial Macchi. Buenos Aires. Argentina, 1995.
- Flores Paredes, Joaquín. El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el Mercado Global. UNAM, México, 2001.
- Flores Valdez, Claudio A. y De luna Esquivel Jaun M. Mercado Mundial del Nopalito. Universidad Autónoma de Chapingo. México, 1995.
- Fratalocchi, Aldo. Incoterms, Contratos y Comercio Exterior. Argentina. 1999.
- López Olguín, Manuel. Sistema Financiero Mexicano, Editorial I.P.N. ESCA. Santo Tomás. México, 2005.
- Maubert Viveros, Claudio. Comercio Internacional: aspectos operativos, administrativos y financieros. México, Trillas. 1998.
- Moreno Valdez, Hadar y Moreno Castellanos, Jorge A. Comercio Exterior Sin Barreras. Ediciones Fiscales ISEF. México, 2003
- Orlando, Juan José. Distribución Marketing. Quinta Edición Ampliada. Editorial Macchi. Buenos Aires. Argentina, 1997.

- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Las negociaciones comerciales multilaterales sobre la agricultura. Manual de referencia. Título de la serie: Colección FAO: Capacitación 2000.
- Reyes Díaz-Leal, Eduardo. La Mentalidad Exportadora. Edición especial para Bancomext. 3º edición. Editorial. Del verbo emprender. México, 1993.
- Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Coordinación de Apoyos a la comercialización. Instrumentos de Política Agrícola en la Unión Europea, Marzo 2003. Ficha Técnica

Publicaciones periódicas:

- Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria. De nuestra cosecha. Nopal, leyenda, comercio y futuro en México. Revista mensual. Claridades Agropecuarias. México. Octubre 2001.
- Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, “Nopal, leyenda, comercio y futuro en México”. Claridades Agropecuarias. Revista mensual. México, Octubre 2001
- Basco, Carlos. Implicancias del cambio de la política agrícola de los Estados Unidos, Revista de la CEPAL N° 81. Chile. Diciembre, 2003.
- NotiFESAcatlán. (Revista de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán) UNAM. México, 2006. Boletín informativo. Publicación: martes y jueves.

- Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Refuerzan México y Alemania sus mecanismos de colaboración para incrementar su comercio agroalimentario. Boletín Num. 033/05. México DF.

Fuentes Electrónicas:

- Banco de México. <http://www.banxico.org.mx>
- BBVA Bancomer. <http://www.bancomer.com.mx/>
- Centre For The Promotion Of Imports From Developing Countries. Exporting To The European Union Your Guide To Trade-Related Information On The Eu Market. <http://www.cbi.nl/marketinfo/cbi/?action=showDetails&id=61>
- Comisión Europea. Guidance document - Key questions related to import requirements and the new rules on food hygiene and official food controls, http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf
- De Mendoza Rodríguez, Rosalía. Aplicación del análisis de riesgos, identificación y control de puntos críticos en la elaboración de frutas tratadas térmicamente: frutas en almíbar, mermeladas <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/DOCSAL4687.doc>
- Döhler, Jan. México y la UE, Febrero 2003. Publicación electrónica del Centro de Investigaciones Economizas y Políticas de Acción Comunitaria. CIEPAC A.C. <http://www.laneta.apc.org/ciepac/archivo/analysis/mexuespn.htm>
- Embajada de Alemania en México. <http://www.mexiko.diplo.de>

- Europa. EurLex. <http://europa.eu.int/eur-lex/en/>
- Export Helpdesk for developing countries.
http://export-help.cec.eu.int/index_es.html
- Grupo Financiero Banorte. <http://www.banorte.com>
- Index Mundi. <http://www.indexmundi.com/es/alemania>
- Instituto Español de Comercio Exterior. <http://www.icex.es/>
- Instituto de Tercer Mundo. Organización Mundial del Comercio. Publicación electrónica: <http://www.choike.org>
- Leguen de Lacroix, Eugene. La política Agrícola en Común a detalle.
Comunidades Europeas, 2005
<http://www.eumed.net/cursecon/17/pac.htm>
- Maduga Bonet, Antonio. La cooperación al Desarrollo como instrumento de la Política Comercial de la Unión Europea. Banco Interamericano de Desarrollo, Dpto. de Integración y Programas Regionales.
www.iadb.org/intal/aplicaciones/uploads/publicaciones/e_INTALITD_WPPRE_2006_Bonet.pdf
- Martínez Coll, Juan Carlos (2001): "La integración europea" en La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes,
<http://www.eumed.net/cursecon/17/17-3.htm>
- Oficina Económica y Comercial de España en Dusseldorf.
www.mcx.es/duesseldorf

- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
<http://www.fao.org>
- Oportunidades recíprocas de inversión México-Alemania. Julio del 2001.
Revista electrónica:
http://www.protocolo.com.mx/articulos.php?id_sec=4&id_art=1242&id_ejemplar=20
- Periódico El Universal. <http://www.eluniversal.com.mx>
- Secretaría de Economía. <http://www.economia.gob.mx>
- Simbiosis México. Guía explicativa de la Norma Oficial Mexicana. Universidad Nacional Autónoma de México UNAM.
<http://www.simbiosis.unam.mx/seminario/GUIANOM051.html>
- Ximena Quiñones Díaz, Legitimidad de la Protección a la Agricultura en el Contexto de la Globalización. Boletín informativo electrónico:
<http://boletin.fundacionequitas.org/13/13.13.htm>

Base de Datos:

- BANCOMEXT. Como hacer negocios en Alemania. 2005 (CD ROM)