



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**OPORTUNIDAD ACTUAL DE NEGOCIO PARA LA
EXPORTACIÓN DE COSTILLA DE CERDO CONGELADA
MEXICANA A COREA DEL SUR.**

SEMINARIO TALLER EXTRA CURRICULAR

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO EN:

LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES.

P R E S E N T A:

GABRIELA PADILLA CRISÓSTOMO.

ASESOR: MTRO. MANUEL MARTÍNEZ JUSTO.

FEBRERO, 2007



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Una vez más quiero dar gracias a Dios por permitirme completar un ciclo en mi vida y poder ofrecer este esfuerzo a mis Padres, quienes con su ejemplo, amor y apoyo han estado a mi lado en las buenas y en las malas, en los éxitos y en los tropiezos de este largo andar:

M.C. Rodolfo Padilla y a la Profra. Adela Crisóstomo.

Por la inspiración que su recuerdo crea en mi, a la memoria de mis grandiosos Abuelos: gracias por ser un ejemplo de honestidad y orgullo para mi: Ramona Rojas†, Luis Padilla†, Glafiro Crisóstomo†.

A mis hermanos por todo el apoyo y comprensión que me brindan, por la paciencia que me tuvieron y por todos los momentos de felicidad que me han dado. Un agradecimiento especial a Marie, aunque sinceramente se que todos estuvieron detrás de esto de algún modo. Quiero que sepan que los quiero con todo mi Corazón y que siempre estaré ahí para ustedes cuando me necesiten...así como ustedes lo han hecho conmigo.

A mi abuelita Lupe por sus oraciones, a Luisita por ese cariño que siempre me ha brindado desde que yo era pequeña, por ser como mi segunda mamá.

Gracias G.Y. Kim, por el respeto y el apoyo que me brindas en los momentos más importantes de mi realización profesional. 사랑해요~~~~.

A todos mis Maestros, los que con su empeño y pasión por la Universidad me han hecho ser una persona más sensible ante los acontecimientos de la sociedad y del planeta. Me han enseñado a investigar en vez de culpar, a continuar en vez de claudicar. Al recuerdo de la Mtra. Cecilia Diamant que siempre confió en mí.

A mis Maestros y Asesores les doy muchas gracias por haber creado un instrumento para culminar con este propósito que para muchos ya era cada vez más difícil. Gracias por exigirnos y recordarnos que nunca se termina de aprender.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, la Máxima casa de Estudios en México y para mí, la mejor del mundo; muchas gracias!

**Gabriela Padilla C.
Junio, 2007.**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	
1. EL COMERCIO DE CARNE DE CERDO A NIVEL MUNDIAL.....	5
1.1 Principales tendencias de la comercialización de la Carne de cerdo a nivel mundial.....	6
1.1.2 Principales Exportadores.....	11
1.1.3 Principales Importadores.....	14
CAPÍTULO 2	
2. LA COSTILLA DE CERDO CONGELADA MEXICANA COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN.....	18
2.1 Variedades y presentación de la costilla de cerdo congelada como producto de exportación.....	19
2.2 Situación actual de la producción de carne de cerdo en México.....	22
2.3 Principales zonas productoras de carne de cerdo en México.....	26
2.4 Requerimientos de embalaje para la comercialización de la costilla de cerdo a Corea del Sur.....	28
CAPÍTULO 3	
3. MERCADO META: COREA DEL SUR.....	31
3.1 Actuales Tratados Comerciales Internacionales en Corea del Sur.....	33
3.2 El perfil actual del mercado de carne de cerdo en Corea del Sur.....	35
3.3 Principales canales de distribución para la comercialización de la costilla de cerdo congelada en Corea del Sur.....	44
3.4 Requisitos de Importación.....	48
3.4.1 Procedimiento de Importación.....	53

CAPÍTULO 4

4. MARCO LEGAL Y REQUISITOS DE EXPORTACIÓN DE LA COSTILLA DE CERDO CONGELADA MEXICANA A COREA DEL SUR....56

4.1 Esquemas de financiamiento para la exportación de costilla de cerdo congelada.....57

4.2 Requisitos y documentación requerida para la exportación.....71

4.3 Formas de pago internacional.....77

CONCLUSIONES.....84

ANEXOS.....88

FUENTES DE CONSULTA.....91

INTRODUCCIÓN

La búsqueda de negocios de exportación, es una prioridad para poder fomentar el sector agropecuario en México. Analizar las posibilidades de negocio para la exportación de la carne de cerdo, y en específico de la costilla de cerdo congelada mexicana requiere de una investigación detallada que nos permita elaborar un plan de negocio concreto.

La información que encontraremos en la primera parte de la investigación se centra en el análisis de la situación mundial de la comercio carne de cerdo, lo que nos muestra que las tendencias de la comercialización de la carne de cerdo aumentan cada vez más, ya que según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, en el 2006 se estimo que las exportaciones de carne de cerdo rebasarían un millón de toneladas. Los datos anteriores nos permiten asegurar que la demanda de este producto va a la alza. En este mismo contexto, también se analiza a los principales participantes dentro de la dinámica del comercio de carne de cerdo a nivel internacional, ubicando a los principales productores, exportadores e importadores con la finalidad de identificar si nuestro mercado meta destaca como importador de dicho producto.

En el segundo capítulo de la investigación, se hace un estudio del producto que se pretende exportar, el cual es la costilla de cerdo congelada mexicana. En este capítulo se presentan las variedades del producto y los cortes requeridos para la exportación así como la fecha de expiración una vez que el producto esta

congelado y almacenado para embarcarse. Otro punto importante que se aborda en este capítulo, es la situación de actual de la producción de carne de cerdo en México, lo que incluye los niveles de producción actuales, la balanza comercial del producto y las principales zonas productoras en el país, lo que nos permite saber que regiones cuentan la experiencia y la infraestructura para la producción de la carne de cerdo. Finalmente se presentan y se explican detalladamente los requerimientos de embalaje de la costilla de cerdo congelada para su comercialización y exportación.

El tercer capítulo presenta información esencial del mercado meta, la cual incluye los Tratados de Libre Comercio que en la actualidad Corea del Sur ha firmado con otros países, lo que nos da una idea de la las ventajas que otros vendedores potenciales pueden tener con tasas arancelarias mas bajas. Otro aspecto importante del mercado meta, es el perfil del consumidor, lo que nos permite evaluar la factibilidad de vender el producto. En esta parte conoceremos los indicadores básicos del consumidor, como son su ingreso per cápita, su consumo anual así como algunos aspectos culturales que benefician la comercialización de la costilla de cerdo congelada mexicana.

Por otra parte, también se presenta una investigación sobre los canales de distribución, es decir, el punto en donde se puede ofrecer el producto como son las cadenas almacenes especializados en alimentos, hoteles, restaurantes y las ferias internacionales de alimentos que promueven la comercialización de productos.

Aunado a lo anterior, también se presentan datos generales sobre las preferencias del consumidor en Corea del sur, especialmente por que la carne de cerdo, ya que también de acuerdo al Departamento de Agricultura de Estados Unidos esta tiene mayor preferencia al ser mas económica que la carne de res, además de utilizarse en un gran número de platillos.

Otro aspecto que contiene el capítulo III se refiere a los canales de distribución, es decir; los canales idóneos en donde el producto se ofrece para su venta, además de distribuirse, lo que involucra la venta al menudeo a los grandes Hipermercados, así como a las Comercializadoras de carne procesada importada.

De igual manera se encontrará información sobre las ferias más importantes especializadas en el sector de alimentos, las cuales son un canal directo para ofrecer el producto.

Por otra parte se incluyen los requisitos de importación, en especial sobre documentos necesarios para importar, comercializar y distribuir el producto en Corea, así como las instituciones involucradas en dicho proceso.

Finalmente se explica detalladamente el procedimiento de importación, es decir; desde que la mercancía se embarca de origen, hasta que se realiza el despacho de la mercancía se embarca de origen, hasta que se realiza el despacho de la mercancía.

Por último, el capítulo IV presenta información que sustenta el proceso de exportación en el marco legal. Iniciando con los esquemas de financiamiento existentes para la exportación, así como el costo del dinero en términos prácticos a través del análisis de tasas de interés. En este mismo capítulo se incluyen la documentación necesaria para poder exportar, así como las modalidades de pago internacional sustentadas en las prácticas bancarias más comunes y seguras, dando así un panorama de la oportunidad actual de negocio para exportar costilla de cerdo congelada a Corea del Sur.

CAPÍTULO 1

EL COMERCIO DE CARNE DE CERDO A NIVEL MUNDIAL.

El comercio internacional de carne de cerdo es un rubro que ha tomado mayor dinamismo en los últimos años. Es un sector que se presenta con diferentes oportunidades de negocios ya que cuenta con gran aceptación mundial. Los pronósticos internacionales apuntan a una mayor necesidad de abastecimiento del producto, mientras que los grandes productores enfrentarán retos para cubrir su propio consumo.

Aunado a lo anterior, la creciente integración de los países mediante Tratados y diferentes formas de Asociación económica, permiten la presencia de un aumento en el flujo de mercancías y una mayor competencia por mantenerse en el gusto del mercado internacional.

La infraestructura, la tecnología, y los adelantos médicos también influyen en la dinámica del comercio mundial, ya que permiten abaratar costos y hacer más eficientes los métodos de producción. “Esto lo podemos ver al analizar las estadísticas de los principales productores mundiales de los cuales destacan los países más desarrollados.”¹

En términos generales, las tendencias internacionales apuntan a una mayor competencia, pero también a mayores oportunidades al tomar en cuenta que algunos de los principales importadores, con creciente poder de compra y consumo, no tienen el espacio geográfico para poder especializarse en la producción de carne de cerdo. Esto lo podemos apreciar en las tendencias que los principales importadores mundiales de carne de cerdo marcan en el mercado.

1.1 Principales tendencias de la comercialización de carne de cerdo a nivel mundial.

¹ Agricultural-Food Trade Service. Quaterly Pork Report. April-June 2005. www.ats.agr.gc.ca/can/4028000_e.htm
Información encontrada el 18 de Agosto del 2006.

Los tratados de libre comercio entre países han acelerado el intercambio comercial de alimentos agropecuarios en general, pero este dinamismo, también ha requerido de una mayor supervisión de los organismos internacionales que emiten disposiciones internacionales en materia de calidad e inocuidad alimenticia, entre ellos la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO), y la Organización Mundial de la Sanidad Animal (OIE)".

Otro aspecto que influirá en el mayor intercambio comercial de alimentos, es atribuido al "crecimiento macroeconómico positivo que se ha pronosticado para el año 2006, el cual fomentará la inversión e incrementará el consumo de carne."²

El incremento por el consumo de carne de manera general es positivo, sin embargo los problemas de salud mundial que el sector cárnico tuvo con Influenza Aviar, y con le Encefalitis Bovina, tuvo como resultado un incremento mayor en el consumo de carne de cerdo, ya que esta se posicionó en "el primer lugar de consumo a nivel mundial."³

En noviembre del 2005, la edición de "Livestock and Poultry: World Markets and Trade, pronosticó un incremento en el comercio de carne de cerdo por los principales exportadores mundiales hasta alcanzar niveles records en el 2006, tal y como lo podemos apreciar en la siguiente gráfica:

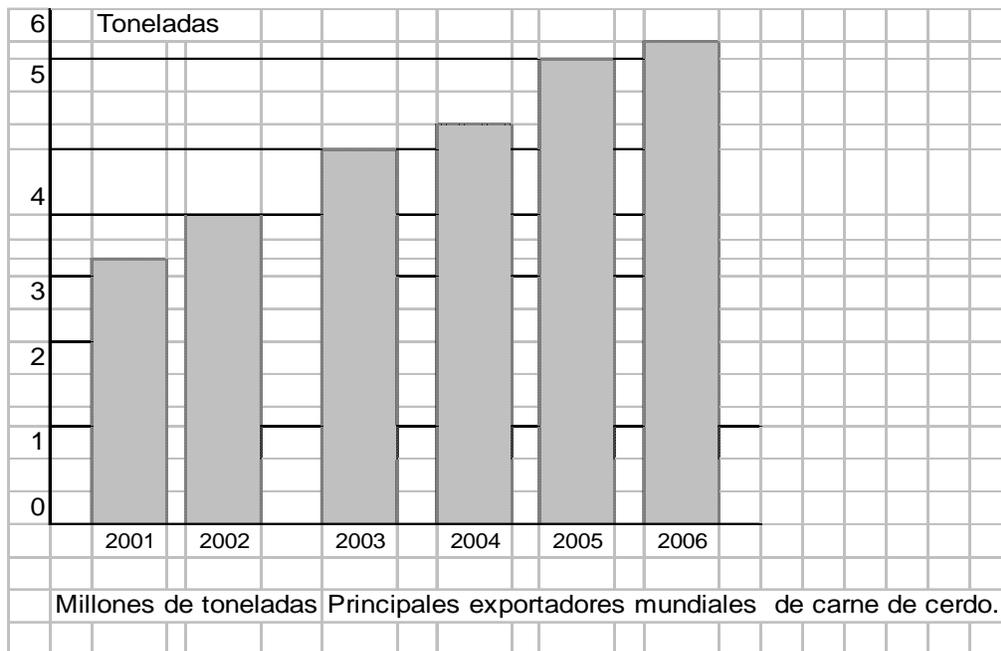
GRÁFICA 1

CRECIMIENTO EN LAS EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTORES DE CARNE DE CERDO.

² Livestock and Poultry: World Markets and Trade . "Key development factors impacting Livestock and meat production, supply and distribution in 2006. p.4 Información encontrada el 31 de agosto del 2006.

³Agricultural Marketing Resource.

<http://www.thepigsite.com/articles/7/markets-and-economics/1511/world-pork-trade-overview-november-2005>
Información encontrada el 31 de junio del 2006.



Fuente: Livestock and Poultry: World Markets and Trade. November 2005.

Se puede observar el gran dinamismo que el comercio de carne de cerdo a nivel mundial tiene y la forma en la que muchos países han comenzado a especializarse en la producción de este producto, dando origen a un incremento de la producción mundial.”⁴

Diferentes estudios apuntan a un escenario positivo del comercio de carne de cerdo, en donde los países pueden y deben aprovechar las ventajas competitivas de producción de carne de cerdo. Aunado a esto la demanda continuará su curso en ascenso en los próximos, los cuales entre el 2001 y el 2006 influirán positivamente en la demanda del producto en Brasil, Canadá y la Unión Europea, los cuales han visto incrementar sus ventas hasta en un 115% (de 725 mil toneladas a 1 millón 100 cien mil toneladas). Tan solo para el año 2006, el pronóstico para las exportaciones de carne de “cerdo rebasará un millón de toneladas”⁵.

Las tendencias internacionales en cuanto a la comercialización de la carne de tienen distintas vertientes. Por un lado la estimaciones sobre el incremento en la producción de

⁴ MORENO, Valdez Adar. Comercio Exterior sin barreras. 3era Ed. México D.F. 2003 p. 11.

⁵ Livestock and Poultry: World Markets and Trade. P 12-18. November 2005.

ciertos países seguirá en aumento con un total de “97.2 millones de toneladas para el 2006”⁶, mientras que paradójicamente, sus exportaciones se verán reducidas debido a las exigencias del consumo interno. Un claro ejemplo de ello es el caso de China, Estados Unidos y la Unión Europea, quienes concentran la mayor parte de su producción al consumo interno.

En la siguiente tabla podemos ver la distribución de los principales productores de carne de cerdo a nivel mundial.

Tabla 1 Producción mundial de carne de cerdo, 2001-2006, Mill / Tons

País	2001	2002	2003	2004	2005 (p)	2006 (f)
China	41.845	43,266	45,186	47,016	49,685	52,000
Unión Europea	20.427	20,938	21,150	21,192	21,200	21,520
E.U.	8.691	8,929	9,056	9,312	9,392	9,632
Brasil	2.23	2,565	2,560	2,600	2,800	2,775
Canadá	1.731	1,854	1,882	1,936	1,915	1,910
Rusia	1,560	1,630	1,710	1,725	1,755	1,785
Japón	1,245	1,236	1,260	1,272	1,250	1,260
México	1,065	1,085	1,100	1,150	1,195	1,200
Filipinas	1,064	1,095	1,145	1,145	1,100	1,122
Corea del Sur	1,077	1,153	1,149	1,100	1,036	1,055
Taiwán	962	935	893	898	920	935
Otros	1,984	2,116	2,140	2,047	1,954	2,013
Total	83,881	86,802	89,231	91,393	94,202	97,207

Fuente: Agricultural-Food Trade Service. Quaterly Pork Report. April - June 2005
http://www.ats.agr.gc.ca/can/4028000_e.htm

Podemos notar que los volúmenes de producción más importantes se concentran básicamente en tres países, que son; China, la Unión Europea y Estados Unidos, quienes casualmente representan a los tres continentes. Este hecho seguramente influye en los precios internacionales de carne de cerdo así como en la distribución de las exportaciones mundiales y en el consumo interno.

⁶ Worlds markets and Trade. United States Department of Agriculture (USDA). March 2006
http://www.fas.usda.gov/dlp/circular/2006/06-03LP/dlp06_03LP.pdf
 encontrada de internet del 2 de septiembre del 2006.

De la misma manera podemos apreciar el ranking mundial de los principales países consumidores de carne de cerdo, lo cual nos sirve de parámetro para saber en donde existe la oportunidad de negocio.

Tabla 2 Consumo mundial de carne de cerdo , 2001-2006, Mill /Tons						
País	2001	2002	2003	2004	2005 (p)	2006 (f)
China	41,829	43,238	45,098	46,725	49,395	51,750
Unión Europea	19,317	19,746	20,043	19,773	19,839	20,085
Estados Unidos	8,389	8,685	8,816	8,817	8,671	8,826
Japón	2,268	2,377	2,373	2,562	2,512	2,500
Rusia	2,076	2,453	2,420	2,337	2,429	2,484
Brasil	1,919	1,975	1,957	1,979	2,039	2,140
México	1,298	1,349	1,423	1,556	1,556	1,585
Corea del Sur	1,158	1,199	1,294	1,331	1,282	1,297
Filipinas	1,085	1,137	1,167	1,170	1,130	1,152
Taiwán	977	967	947	959	959	973
Canadá	1,082	1,072	1,004	1,072	978	958
Otros	2,332	2,481	2,555	2,548	2,464	2,459
Total	83,730	86,679	89,097	90,829	93,254	96,209

Fuente: Agricultural-Food Trade Service. Quaterly Pork Report. April - June 2005.

http://www.ats.agr.gc.ca/can/4028000_e.htm

Información encontrada en internet el 12 de Septiembre del 2006.

Los datos anteriores nos muestran que los altos niveles de consumo de carne de cerdo impulsarán una mayor producción mundial y por ende una mayor competencia. También podemos darnos cuenta del papel predominante de China como principal

consumidor y productor en Asia, mientras que la Unión Europea y Estados Unidos se ubican en rangos importantes del ranking mundial.

Es importante destacar, que aunque existe un dominio en la producción mundial de carne de cerdo por parte de China, la Unión Europea y los Estados Unidos, también tienen niveles de consumo muy altos, lo que abre la posibilidad de que otros países que quieran incursionar en este sector de negocios lo puedan realizar, con buenas expectativas de éxito.

Los datos del consumo de carne de cerdo a nivel mundial también nos muestran la posibilidad de incursionar en los negocios de exportación hacia aquellos países que aunque son consumidores de carne potenciales, no pueden cubrir las necesidades de su mercado interno por diversas razones, ya sea porque su situación geográfica no les permite extender las granjas productivas o simplemente porque su planeación del sector es diferente. Analizar los niveles de consumo mundial, nos permite determinar la tendencia mundial del sector, que en este caso parece aumentar y consolidarse cada vez más.

Por otra parte, es importante conocer quienes son los principales competidores por el mercado para poder analizar cuales son las fortalezas y debilidades de los mismos.

1.1.2 Principales Exportadores.

Las Exportaciones de carne de cerdo a nivel mundial se encuentran muy definidas y representadas por los mayores productores del sector. De cierta forma el mercado de exportación se encuentra dividido y cada competidor se ha concentrado en áreas estratégicas dependiendo de su ubicación geográfica.

Un ejemplo claro es el de Estados Unidos, el cual compite con Canadá por el mercado mexicano, mientras que la Unión Europea compite por el mercado japonés. Brasil por su parte, tiene una fuerte competencia por el mercado de Rusia, Argentina y algunos países asiáticos, con excepción de Japón. En México y el pacífico la influencia de los productos de Estados Unidos parece que continuará incrementándose en virtud de ser uno de los principales productores y exportadores, contar con un Tratado de Libre Comercio con México, y por la cercanía geográfica como ventaja en el proceso de logística.

Tabla 3 Exportaciones mundiales de carne de cerdo, 2001-2006, Mill Ton's						
País	2001	2002	2003	2004	2005 (p)	2006 (f)
Unión Europea	1,135	1,158	1,234	1,463	1,380	1,450
Estados Unidos	707	731	779	989	1,207	1,250
Canadá	728	864	975	972	1,083	1,110
Brasil	337	590	603	621	761	625
China	139	216	282	383	331	300
Chile	32	59	80	102	129	174
México	61	61	48	52	59	65
Australia	67	78	74	59	53	55
Corea del Sur	42	16	17	10	5	10
Ucrania	2	1	12	8	6	10
Rumania	0	0	0	5	2	3
Otros	15	13	15	17	1	1
Total	3,265	3,787	4,119	4,681	5,017	5,053

Fuente: USDA - FAS Livestock and Poultry: World Markets and Trade, March 2006.
http://www.fas.usda.gov/dlp/circular/2005/05-11LP/dlp05_11LP.pdf
 Información encontrada en internet el 28 de septiembre del 2006.

De esta manera podemos notar que los principales exportadores también forman parte de los principales consumidores, hecho positivo que fomenta la mayor oportunidad de incursionar en el comercio mundial.

La tendencia dominante de los principales países exportadores de carne de cerdo continuará, aunque dentro de la lista se distinguen países de mayor importancia por cuestiones de movilidad internacional de producto, así como en la fijación de precio internacionales.

Estados Unidos.

En el “2005 las exportaciones de Estados Unidos aumentaron alrededor de un millón de toneladas hasta alcanzar los 9.4 millones de toneladas”⁷. La mayoría de sus exportaciones se destinaron a Japón en primer lugar con 418 mil toneladas, mientras que a México, se exportaron 243,000 toneladas. Una menor cantidad fue exportada a Canadá, Rusia y Taiwán. México representa el mercado más grande para la producción de carne de cerdo proveniente de Estados Unidos.

Canadá.

Las exportaciones totales de Canadá en “el 2004, fueron de 970, mil toneladas y se espera que estas se incrementen un dos por ciento en el 2006”⁸. El principal mercado fue Estados Unidos con 504 mil toneladas mientras que a Japón se exportaron 231 mil toneladas.

⁷ Livestock and Poultry: World Markets and Trade. Trade of red meats and Poultry Forecast strong among the major traders in 2006 despite Trade disease outbreaks and Trade restrictions. United States Department of Agriculture. Foreign Agricultural Services. Circular Series DI& P 1-06, March 2006.

http://www.fas.usda.gov/dlp/circular/2005/05-11LP/dlp05_11LP.pdf
en internet el 28 de Septiembre del 2006.

Información encontrada

⁸ Ibidem p. 17.

Brasil.

Brasil se está desarrollando como principal productor y exportador de carne de cerdo, con exportaciones estimadas en 640 mil toneladas. “Se espera un incremento del 2 por ciento para el 2006 y sus principales mercados son Rusia y Hong Kong con 359,000 y 65,000 toneladas respectivamente”⁹.

Unión Europea.

En el 2005 la producción de carne de cerdo se incrementó notablemente, mientras que las exportaciones fueron de 1.4 millones de toneladas. Sin embargo se espera que las exportaciones bajen su ritmo debido a diferentes factores como son la fortaleza del euro contra el dólar (lo que hace más baratas las importaciones de E.U.) ;las exportaciones de la Unión europea estaban destinadas a Rumania, Rusia, y algunos países asiáticos.

China.

China es el más grande productor y consumidor de carne de cerdo a nivel mundial. En el 2005, la producción de carne de puerco en China fue de 49.7 millones de toneladas y se espera que esto aumente debido a la constante inversión que este sector está teniendo, además de sus niveles de consumo. La mayoría de sus exportaciones están enfocadas a la misma región asiática. Las Exportaciones se han elevado de 73,000 toneladas en el año 2000, a las 383,000 toneladas en el 2004.

1.1.3 Principales Importadores.

Los resultados de los principales importadores de carne de cerdo a nivel mundial, demuestran que el comercio internacional es muy dinámico, ya que aunque Estados Unidos participa como principal exportador también forma parte del grupo de importadores. Esto es un elemento clave para el caso mexicano, ya que aunque en nuestro país se importen

⁹ Ibidem, p. 17.

grandes cantidades de carne de cerdo, esto no limita la búsqueda de oportunidades de negocio en el exterior. En otras palabras, el hecho de que en México se importen importantes cantidades de carne de cerdo, se puede utilizar como ventaja para explotar una oportunidad de negocio con altas posibilidades de éxito.

Tabla 3 Importadores de carne de cerdo, 2001-2006, 000' Mill de Tons.						
País	2001	2002	2003	2004	2005 (P)	2006 (E)
Millones de Toneladas						
Japón	1,068	1,162	1,133	1,302	1,339	1,200
Rusia	528	834	725	629	675	700
Estados Unidos	431	486	538	499	464	454
México	294	325	371	458	420	450
Hong Kong	260	275	302	332	305	313
Corea del Sur	123	155	153	220	328	235
Rumania	63	106	133	179	185	180
Canadá	91	91	91	105	139	160
Australia	38	55	67	77	99	99
Ucrania	2	2	10	52	75	60
China	123	188	194	92	41	50
Otros	121	138	165	139	126	123
Total	3,142	3,817	3,882	4,084	4,196	4,024

(P) Preliminar (E) Estimado

Fuente: USDA - FAS Livestock and Poultry: World Markets and Trade, March 2006.

www.ats.agr.gc.ca/can/4028000_e.htm

Información encontrada en internet el 12 de septiembre del 2006.

Estados Unidos.

En el 2004 Estados Unidos importó 499,000 toneladas de carne de cerdo, lo que significó un decremento del siete por ciento contra el 2003. Una de las razones de esta baja, fue la paridad del dólar, cada vez más bajo frente al Euro. Sin embargo se espera que las

importaciones de carne de cerdo aumenten, las cuales provienen especialmente de Canadá y de la Unión Europea principalmente, atendiendo un sector que demanda cortes especiales.

Japón.

En el 2005 Japón figuraba como el principal importador de carne de cerdo a nivel mundial, cuyas importaciones históricas llegaron al 1.3 millones de toneladas en ese mismo año. Los principales proveedores de Japón en el 2004 fueron principalmente Canadá, Chile, China, Dinamarca, y los Estados Unidos.

Hong Kong

En Hong Kong, las importaciones de carne de cerdo crecieron un 10 por ciento en el 2004 y se pronosticó un crecimiento del uno por ciento para el 2005, hasta alcanzar las 500 mil toneladas, ya que los consumidores sustituyeron la carne de pollo que fue prohibida en China por los problemas de gripe aviar. En la actualidad Hong Kong prohíbe las importaciones de carne de cerdo fresca proveniente de China, pero están trabajando en la negociación de un protocolo que permita resolver este problema, lo que traería como consecuencia una mayor competencia entre los proveedores de carne de cerdo en ese mercado.

México.

Las importaciones de carne de cerdo en México llegaron a los 420 millones de toneladas en el 2005, con un ligero decremento respecto el año pasado. Para el 2006 se espera un aumento en las importaciones de carne de cerdo de alrededor de un ocho por ciento. Una de las razones es el aumento en el poder de compra de la población, lo que implica que la demanda de mejores productos y cortes especiales de carne de cerdo. México se encuentra enfocado en diferentes programas que apoyen la producción de carne de cerdo y controlen la dependencia externa que existe con carne de cerdo.

Rusia.

Aunque Rusia se está esforzando por mejorar sus niveles de producción de carne de cerdo, se esperaba que para el 2005 las importaciones de carne de cerdo aumentaran un cinco por ciento hasta llegar a las 500 mil toneladas, sin embargo la realidad superó el pronóstico y llegaron a las 650 mil toneladas. Unos de sus principales proveedores es Brasil y cuenta con cuotas de importación con la Unión Europea, Paraguay, Estados Unidos, y una cuota general para los demás países. Se estima que para el 2006 siga siendo uno de los principales importadores de carne de cerdo.

Corea del Sur

Como se pudo observar en la tabla 3, Corea del sur también figura como uno de los principales importadores de carne a nivel mundial. Su condición geográfica y su poder de compra hacen que su mercado sea atractivo para los productores de carne y el monto de sus importaciones con un promedio de 202 millones de toneladas en los últimos seis años. Sus importaciones han ido aumentando considerablemente, a la par de su industrialización.

El ranking de los principales importadores de carne de cerdo a nivel mundial, nos permite observar y detectar cuales son los países que demandan el producto, aunque también se puede notar que algunos de los principales importadores, también son figuran en el ranking de producción mundial, así como en el ranking de los principales exportadores; tal es el caso de Estados Unidos.

La importancia de conocer a los principales importadores mundiales de carne de cerdo, nos ayuda a determinar la posibilidad de ofertar nuestro producto en el país meta, así como el de analizar las cantidades que anualmente importa aunque no se vaya a suministrar en su totalidad. Las cantidades que un país importa se evalúan dependiendo de territorio y de su población. Con esto nos damos una idea de que aunque Corea es un país geográficamente pequeño, sus importaciones de carne de cerdo están muy cercanas a lo que México importa.

El consumo de carne de cerdo a nivel mundial es tan alto que las importaciones no se limitan a países que no tienen la capacidad de producción. Muchas de las veces la producción nacional no puede cubrir el consumo interno aunque esta sea muy alta, y es necesario importar la carne de cerdo de otros países. En este rubro podemos encontrar a Estados Unidos y China lo que significa que las oportunidades de negocios están abiertas dependiendo de la competitividad del producto entre todos los países productores.

CAPÍTULO 2

LA COSTILLA DE CERDO CONGELADA MEXICANA COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN.

El caso de la costilla de cerdo congelada, es un producto que no requiere de gran complejidad respecto a sus cortes, ya que los estándares internacionales son los mismos en cuanto a la presentación del corte, y las características de salubridad como el olor, el color y la consistencia.

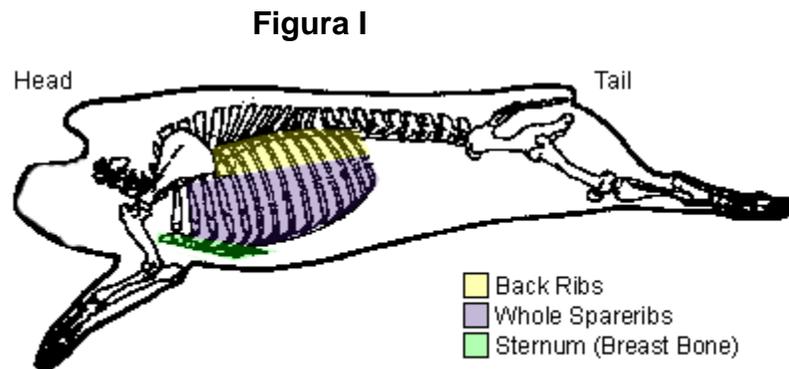
La presentación final de la costilla de cerdo como producto de exportación también depende de las necesidades del cliente, ya que lo que podría diferir sería el tamaño de los trozos de la costilla, y esto en verdad depende del uso final de la misma (los diferentes tipos de platillos).

Aunque en México la producción de carne de cerdo no puede cubrir la demanda interna, y se importan grandes cantidades de la misma, no significa en que los esfuerzos por involucrarse en los negocios de exportación se detengan. De manera general, la carne cerdo tiene gran aceptación en México, y por ende hace que los productores nacionales ya tengan una experiencia en el manejo de este producto y que exista un potencial en el negocio de exportación.

El déficit en la balanza comercial de la carne de cerdo, podría cuestionar el proyecto de negocio de exportación; sin embargo, también lo podemos considerar como una ventaja, ya que el mercado de exportación no está saturado por un lado, y que en México se cuenta con los factores climáticos, geográficos y técnicos como para poder establecer un proyecto de producción de carne de exportación y por ende de un subproducto de gran consumo en Asia, como lo es la costilla de cerdo congelada.

2.1 Variedades y presentación de la costilla de cerdo congelada como producto de exportación.

El manual Internacional de carnes¹ emitido por la Federación de Carnes de los Estados Unidos establece que la costilla (spareribs) de cerdo se obtienen de la panceta con hueso, y consta de las costillas, carne intercostal y tejido del diafragma firmemente unido del cerdo.



Fuente: <http://www.soler.cl/ascat3.html>

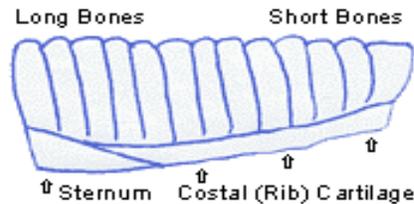
La costilla de cerdo tiene dos presentaciones o cortes especiales. El primero es conocido como Costillas estilo “Saint Louis” las cuales son similares a las costillas regulares excepto

¹ Este manual es una guía para la identificación de cortes de estándar internacional. En algunos casos las especificaciones de proceso de la carne o del empaquetado pueden variar. International Meat Manual.

http://www.usmef.org/IMM/imm_introduction.pdf#search=%22International%20meat%20manual%22
Información obtenida el 21 de septiembre del 2006.

que el esternón y cartílago costal son removidos. El segundo tipo de corte de la costilla de cerdo es la denominada “Huesos del Pecho”, las cuales se obtienen del costillar completo.

Figura II



Fuente: http://www.engormix.com/s_searcher.asp

En general la presentación de la costilla de cerdo no tiene demasiadas presentaciones, especialmente si el producto se tiene exportar congelado ya que la presentación final varia dependiendo de la preparación. También se clasifica como Punta de la costilla o costillas de espalda, además del tocino.

Independientemente del tipo de corte o de la presentación de la costilla de cerdo, si el producto es congelado para su exportación, se tienen que considerar el tiempo de vida del producto. El siguiente cuadro nos muestra el tiempo máximo de congelación de la costilla de cerdo.

PRODUCTO	REFRIGERADOR A 44 C.	CONGELADOR A -17.8 C
Cerdo fresco, costillas	3 a 5 días	4 a 6 meses

Fuente: Food Safety and Inspection Service . United States Department of Agriculture.
http://www.fsis.usda.gov/OA/pubs/pork_sp.htm
 Información encontrada en Internet 29 de Septiembre del 2006.

Hemos visto que la presentación de la costilla de cerdo está clasificada en dos tipos de cortes básicos. Depende de las necesidades del cliente lo que se debe instruir a las plantas responsables de hacer los cortes, los cuales deben contar con un control de calidad de nivel

internacional. De la misma manera el tiempo de congelación, ya que el manejo, y el tránsito de la mercancía son elementos de riesgo para el producto.

En este aspecto, se tiene que asegurar que la presentación de la costilla de cerdo como producto de exportación, debe contar con ciertos estándares de calidad. En primer lugar el producto no debe estar descolorido o tener las orillas secas, ya que esto indica que durante el proceso de congelamiento el producto se quemó con el hielo.

Al abrir los empaques de la costilla de cerdo, puede notarse un ligero olor. Este es normal, pero deberá de disiparse con rapidez, ya que si este es fuerte y no se disipa aunque se lave con agua fría, puede ser sinónimo de putrefacción, por lo que el producto será devuelto. Otro aspecto a considerar es lo que se conoce en la industria de la carne como “purga”, que es un líquido moderado que se acumula al fondo del paquete. Si este líquido de encuentra en exceso, significará que ha sido almacenado por un largo tiempo o que tuvo un almacenamiento inadecuado.

Figura III
Presentación de la Costilla de cerdo.



fuentes: <http://www.norson.net/detalle.php?id=15>

Finalmente se debe asegurar que la presentación de la costilla de cerdo para su exportación, además de cumplir con los requisitos ya mencionados, sea la que el cliente solicite, además de ser un producto realmente competitivo y atractivo para su exportación.

2.2 Situación actual de la producción de carne de cerdo en México.

En la actualidad, la situación de la producción de la carne de cerdo en México, está enmarcada e influenciada por diferentes aspectos económicos del país. En primer lugar se tienen que tomar en cuenta cuales han sido los resultados recientes en el rubro de

productividad y comercio exterior del sector, el cual está resumido en los resultados de la balanza comercial².

En el 2005, la balanza de pagos mostró un déficit comercial de “7, 559 millones, saldo menor a los 8,811 millones registrado en el año precedente”³ y en ese mismo año, las exportaciones de mercancías sumaron un total de 213,711 millones de dólares lo que representó un aumento del 13.7%. Esta tasa se originó de crecimientos “de 34.8 % de exportaciones petroleras y del 10.6 de las no petroleras.”⁴

El caso de la balanza de pagos del sector agropecuario, (en el que está incluido la exportación de carne de cerdo) presentó un déficit de “167 millones de dólares”⁵ en el 2005, que comparado con el déficit del 2004 que fue de 671 millones de dólares nos muestra una decremento considerable, aunque de gran importancia al elaborar un plan de negocio.

En este sentido, es importante analizar a detalle cual es la balanza comercial de carne de cerdo en México, ya que solo de esta manera podemos analizar cuales son las oportunidades reales para poder emprender un proyecto productivo que se refleje en oportunidades de negocio y de exportaciones. La siguiente tabla nos muestra el balance de la producción de carne de cerdo en México

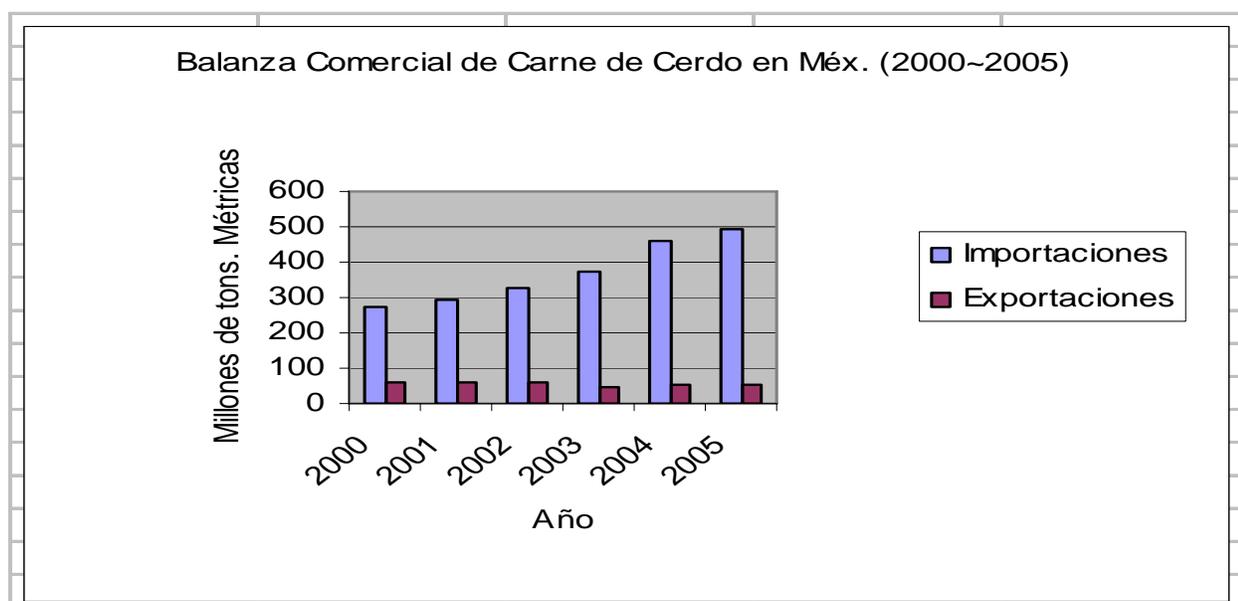
Tabla 2.2.1

² Banco de México. Reporte Mensual. Febrero de 2006. La Balanza de Pagos registra las transacciones económicas entre los residentes de un país y el resto del mundo. Las transacciones relevantes incluyen el comercio de bienes y servicios, los pagos de transferencias y las transacciones de activos. Se incluyen las transacciones privadas como las públicas. Flores, Paredes Joaquin. El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global. Op.cit. p. 59

³ Banco de México. Comunicado de Prensa. La balanza de pagos del 2005. 24 de febrero de 2006.
<http://www.banxico.org.mx/fBoletines/Boletines/calendario2006/24feb2006balpagos.pdf#search=%22balanza%20de%20pagos%20mexico%202005%22>
Información encontrada en internet el 1 de Octubre del 2006.

⁴ IBIDEM.

⁵ Fox, Quezada Vicente, Sexto Informe de Gobierno.
<http://sexto.informe.presidencia.gob.mx/docs/anexo/pdf/P452.pdf#search=%22balanza%20comercial%20agropecuaria%202005%20mexico%22Información> Información encontrada en internet el 26 de Septiembre del 2006.

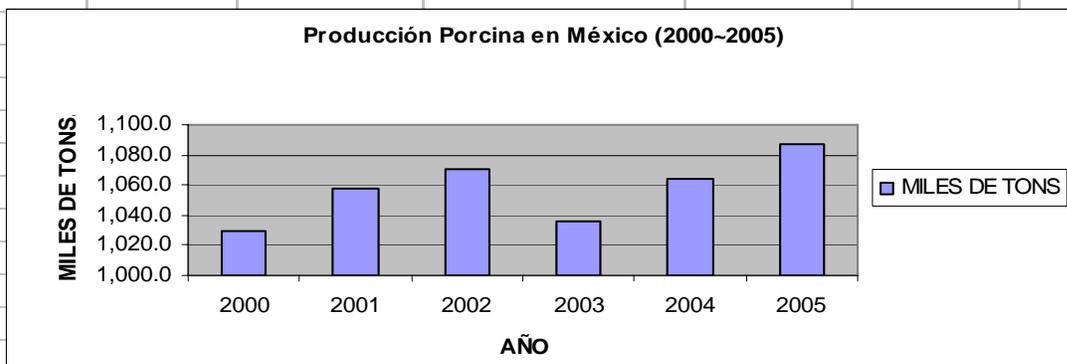


Fuente: www.porcicultura.com/estadisticas/images/estad24-05.gif

La gráfica anterior nos muestra la fuerte dependencia de las importaciones, mientras que las exportaciones se han mantenido estables y han presentado una ligera recuperación ente el 2004 y el 2005.

Según el Informe preliminar de la Secretaría de Ganadería Agricultura Desarrollo Rural Pesca y alimentación (SAGARPA), la producción de carne de cerdo en el 2005, fue un año de consolidación y fortalecimiento en donde las variables intrínsecas favorecieron el crecimiento del volumen de producción.

Tabla 2.2.2



AÑO	MILES DE TONS
2000	1,030.0
2001	1,057.8
2002	1,070.2
2003	1,035.3
2004	1,064.4
2005	1,087.8

FUENTE: www.sagarpa.gob.mx/Dgg/prod0001.htm

Se estima que la planta productiva nacional de carne de cerdo se concentre en un número menor de productores, especialmente en aquellos que reúnen las condiciones para disponer de explotaciones con infraestructura y equipamiento moderno, un buen manejo genético y reproductivo, así como una adecuada nutrición de su ganado, incorporando programas fitosanitarios integrales que fomente la productividad y competitividad.

Existen varios factores que determinan el nivel de productividad de la carne de cerdo en México, entre los que se encuentran los costos de producción, la estacionalidad del producto (en cuaresma decrece considerablemente la producción), los niveles de consumo interno así como las plantas de sacrificio tecnificada y autorizadas.

La situación de la producción de carne de cerdo en México, todavía está en proceso de desarrollo, pero eso no significa que las oportunidades de establecer un negocio de producción para la exportación estén limitadas, ya que en nuestro país se cuenta con los factores geográficos, técnicos y climáticos para competir en la producción de carne de cerdo.

2.3 Principales zonas productoras de carne de cerdo en México.

En México la mayor parte del territorio nacional cuenta con las condiciones apropiadas para desarrollar la producción porcina. Desde Baja California norte hasta Yucatán, la producción de carne de cerdo se considera una actividad económica importante, aunque en realidad la producción de los Estados está desproporcionado, ya que algunos Estados que podrían tener el suficiente potencial para desarrollar esta actividad, presentan cifras muy bajas respecto a otros Estados.

De acuerdo a datos de la SAGARPA, las principales zonas de producción de carne de cerdo en México, siguen sin variaciones importantes, ya que el “75% de la producción se

concentra en 8 entidades federativas,⁶ mientras que el 40% de la producción es aportada por Jalisco y Sonora.

Un aspecto importante es el posicionamiento que el Estado de Sonora ha alcanzado en el 2005, ya que se posicionó por encima del Estado de Jalisco como productor de carne de cerdo, el cual históricamente siempre había sido el Estado de mayor producción. Este hecho está determinado mediante una mayor promoción de las exportaciones, acceso a insumos productivos, mejora de técnicas veterinarias y zoonosanitarias, así como a una fuerte concentración de grupos empresariales dedicados a promover la actividad productiva del sector.

Conocer cuales son las principales zonas productoras de carne de cerdo tiene dos finalidades. Por un lado detectar cuales zonas cuentan con una mayor infraestructura en el proceso completo; lo que implica la crianza, el sacrificio y el proceso de la carne hasta su empaquetado final, y por otro lado, conocer cuales zonas son potencialmente apropiadas y cuya oportunidad se está desperdiciando a la hora de elaborar un proyecto de negocio de exportación completo.

Otro aspecto que implica el conocimiento de las principales zonas productoras de carne de cerdo, es la planeación de la logística, ya que dependiendo de la zona geográfica se puede hacer una evaluación de costos del transporte, hacia el puerto de salida más conveniente, y claro dependiendo del país destino.

Tabla 2.3.1
Principales Estados productores de carne de cerdo en México.

⁶ Situación Actual y Perspectiva de la Carne de porcino en México 2006.
<http://www.sagarpa.gob.mx/Dgg/estudio/sitpor06.pdf>
Información encontrada el 28 de Septiembre del 2006.



Esta información es importante porque permite determinar cual es el área en donde se puede desarrollar un plan de producción enfocado a la exportación. En realidad México es un país que cuenta con muchas ventajas en cuanto a la extensión territorial y los aspectos climáticos. La distribución de las principales zonas productoras nos muestra cuales son los Estados clave para el desarrollo de la producción de la carne de cerdo.

2.4 Requerimientos de embalaje para la comercialización de costilla de cerdo congelada.

Para comercializar la costilla de cerdo congelada, se debe considerar el envase, empaque y embalaje que se utilizará, ya que este producto se suele exportar por vía marítima en contenedores refrigerados. Este aspecto es muy importante ya que de ello depende el buen cuidado y el mantenimiento del producto hasta su destino final, especialmente porque se trata de un producto perecedero y por los riesgos que existen durante el transporte de la mercancía, tales como caídas, daños por polvo, contaminación, así como de los daños por plagas y o roedores, temperatura, robos, etc.

En primer lugar, tenemos el envase, el cual es el objeto que contiene, protege, y presenta una mercancía para su comercialización en la venta al detalle, diseñado de tal manera que sea de óptimo costo, y compatible con los requerimientos de protección al producto y al ambiente. “El envase se clasifica en envase primario y envase secundario.”⁷

El embalaje es el objeto manufacturado que protege de manera unitaria o colectiva, bienes o mercancías para su distribución física, a lo largo de la cadena logística: es decir durante las operaciones de manejo, carga, transporte descarga, almacenamiento y posible exhibición.

En México, el envase y el embalaje de exportación está legalmente regulado mediante la Norma Oficial Mexicana, lo que le da un control de calidad a nivel internacional y una referencia más específica, aunque también es importante acordar con el cliente las especificaciones que se necesitan en el país donde se pretende vender la mercancía.

Principales Normas Oficiales Mexicanas (NOM) relacionadas con el empaque y el embalaje de carne de cerdo.

Normas	Referencia
40	Métodos de Prueba para determinar la calidad de los Materiales. (Resistencia a la presión, al rasgado de los materiales).
28	Embalajes de madera: Determinación de calidad o las especificaciones e huacalaes, barriles, cajas, tarimas etc.
24	Envases de Vidrio
21	Envases de cartón corrugado y plegadizo.
20	Envases y tapas de plástico.
10	Contenedores.

⁷ Asociación Mexicana de Embase y embalaje. Envase y Embalaje en la Logística de Exportación. <http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/Presentacion-AMEE-Taller.pdf#search=%22embalaje%22>. Información del 28 de septiembre de 2006.

Fuente:

<http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/Presentacion-AMEE-Taller.pdf#search=%22embalaje%22>

Otro aspecto importante es el marcado del embalaje para la exportación, el cual está regulado y determina cuales son los requisitos del sello de garantía para las cajas de cartón corrugado, las cuales deben contener lo siguientes datos:

- Nombre del Fabricante.
- Muestra la resistencia de libras o de pulgadas a la “prueba de mullen”.
- Peso mínimo permisible de los “liners”.
- Medida máxima permisible de la caja (largo, ancho y altura).
- Lugar de fabricación.
- Peso máximo total de la caja y su contenido.

En el caso de la costilla de cerdo congelada, la cual es objeto de embalaje en cajas de madera, es aplicable la Norma Oficial Mexicana (NOM) NOM-144-SEMARNAT-2004, que es la marca para acreditar la aplicación de medidas fitosanitarias y la cual debe contar con los siguientes requisitos:

- Ser legible y permanente y colocarse en un lugar visible, en por lo menos dos lados opuestos del embalaje de madera.
- Los colores rojo y anaranjado no deben usarse como color de la Marca. La Marca puede ser pintada con pintura permanente, preferentemente con negro, grabada con calor o rotulada.
- Las etiquetas o calcomanías no están permitidas, y ,
- La Marca es intransferible.

Los requerimientos de embalaje para la costilla de cerdo congelada tienen que negociarse entre el vendedor y el comprador, sobre todo en los requisitos como parte del contrato u orden de compra. “Los productos de cerdo los hay disponibles en cajas con forro de bolsas de plástico, cajas con recubrimientos de cera, piezas empacadas individualmente o piezas empacadas al vacío”⁸. Se debe tomar en cuenta que hay ventajas y costos incluidos para cada tipo de empaque.

Otro aspecto importante es el de considerar que el envase, el empaque y el embalaje de la carne de cerdo, es lo que le da una presentación de calidad a nuestro producto, sobre todo si se piensa incursionar en el sector a través de ferias internacionales por sector. La correcta selección de este aspecto también influye en la protección de la costilla de cerdo, ya que al ir congelada requiere de empaques de calidad.

⁸ La industria de la carne de cerdo en la actualidad. http://www.usmef.org/IMM/imm_pork/1_imm_pork_intro.pdf
Información encontrada en internet el 1 de Octubre del 2006.

CAPÍTULO 3

MERCADO META: COREA DEL SUR

Seleccionar un mercado meta para vender nuestro producto, significa tomar en cuenta varios aspectos que van a influir en el éxito de nuestro proyecto. El primero es la relación económica que tenemos con el país, es decir, si existe un intercambio comercial mas o menos creciente y homogéneo, y si las relaciones bilaterales están reforzadas a través de Tratos de Libre Comercio. Este factor no es indispensable para entablar relaciones comerciales, pero si es importante para determinar las ventajas y las desventajas en caso de que nuestros competidores si tienen Tratado de Libre Comercio vigentes. Una vez que se conoce la situación sobre este rubro y se ha evaluado la factibilidad como mercado meta, entonces es cuando se debe conocer mas a fondo el perfil del mercado coreano de la carne de la carne de cerdo, y en especial de la costilla congelada.

Conocer el perfil del mercado coreano es muy interesante además de ser indispensable para poder vender el producto. El mercado nos muestra que culturalmente el consumo de carne de cerdo, y en especial de la costilla es muy importante. Se cocina de diversas maneras y se acompaña de diversos vegetales picantes. Una forma de cocinar en especial al carbón, mientras que introducen pedazos de Ginseng entre la carne lo que le da un sabor muy peculiar exquisito.

Es muy común ver a la gente cenando a diario las costillas de cerdo después de una jornada de trabajo, con los amigos, la familia, cualquier día de la semana los restaurantes se encuentran llenos a la hora de la cena, donde siempre lo acompañan con una copita de soja, que no es mas que licor de arroz. Este esquema muy general nos permite ver que la costilla de cerdo es un producto de gran demanda y preferencia de la población, lo que representa una gran ventaja.

A la hora de querer comercializar un producto. Aunado a lo anterior, Corea del Sur es un país cuyo desarrollo tecnológico e industrial en los últimos cuarenta años ha propiciado el incremento de sus exportaciones originando un superavit en su balanza comercial, un ingreso percapita de 20,400 USD anuales comparados con aproximadamente 10,000 USD en México. Esto nos muestra claramente que como mercado, el poder adquisitivo de la población les permite adquirir productos de importación de buena calidad, tal y como ellos lo buscan.

Otro aspecto muy importante es el de conocer cuales son los canales a los cuales se ofrecerá el producto. La diferencia cultural y principios de etiqueta para negociar con los coreanos son básicas en este rubro, aunque las grandes cadenas trasnacionales de alimentos como Sams Club y Wal mart están acaparando los canales antes dominados por intermediarios y fungiendo como distribuidores al menudeo y mayoreo para pequeños restaurantes etc. Otro canal importante es el Hotelero, ya que estos tienen un potencial muy amplio de compra, principalmente por los restaurantes que tienen. Otro aspecto positivo son las ferias Internacionales de alimentos que se celebran cada año en Seúl, solo por mencionar algunas, en donde se tiene posibilidad de exhibir el producto y conseguir prospectos de clientes.

Una vez que se ha analizado el perfil del mercado coreano, entonces es momento de conocer de manera detallada cuales son los requisitos para importar este producto en Corea del Sur. Si bien es cierto, es responsabilidad del cliente cumplir con todos los requisitos para importar el producto, pero esto es algo que afecta al vendedor ya que si falta algún documento o norma sanitaria por cubrir, y se desconoce, entonces nos puede regresar la mercancía, cosa que seria una perdida onerosa. Conocer la documentación requerida será de gran utilidad para poder evitar demoras que impacten en el procedimiento de importación, así como el de conocer cuales son las instancias gubernamentales pertinentes para realizar los tramites de importación.

3.1 Actuales Tratados Comerciales Internacionales en Corea del Sur.

Corea del Sur tiene vigente un Tratado de Libre Comercio con Chile y con Singapur, además de estar en proceso de pláticas con la finalidad de firmar un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Sin duda alguna las políticas económicas del gobierno Coreano promueven una mayor apertura, por lo que es importante destacar su interés por celebrar Tratados comerciales con Canadá, Japón entre otros países, incluyendo los países de la ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático)¹.

De igual manera, Corea del Sur es miembro del foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC)², el cual se distingue por impulsar un área de libre comercio entre los países miembros, la cual se estima llegue a concretarse alrededor del 2020. Aunque este foro no tiene el mismo alcance que un Tratado de Libre Comercio, tenemos que destacar que promueve la liberalización a la inversión, la reducción de aranceles, la desregulación así como el libre comercio entre la zona. Corea del Sur también pertenece a la Organización Mundial de Comercio (OMC), así como a la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE).

Aunque no existe un Tratado de Libre Comercio entre México y Corea del Sur, es importante destacar que México forma parte tanto de la APEC, la OCDE y la OMC, lo cual constituye un factor en común que amplía las perspectivas y posibilidades de negocios entre ambos países ya que “la posición geográfica privilegiada con la que cuenta”³, para efectos de logística en los Negocios Internacionales, facilita la comunicación directa con el bloque del pacífico.

Podemos notar que Corea del Sur es un país dinámico que busca integrarse a la comunidad internacional de una manera muy cautelosa pero a la vez, esta integrándose a

¹ La ASEAN esta integrada por Brunei, Indonesia, Camboya, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam. Fuente: www.aseansec.org. Información encontrada el 5 Octubre del 2006.

En términos geográficos, la Cuenca del Pacífico está integrada por 47 países y territorios que tienen el litoral en el océano del mismo nombre, por lo que constituyen la zona neoeconómica más extensa del mundo, ya que incluye a países de tres continentes.

³ Flores, Paredes Joaquín. El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el mercado Global. UNAM. México, 2001. p. 51

través de sus inversiones y de gran importancia que tiene como productor mundial de automóviles, de línea blanca, tecnología digital, celulares, computadoras y nuevas tecnologías además de comercializar barcos y flotillas navieras completas que son utilizadas en la logística internacional. En este sentido, tal vez no cuente con demasiados Tratados de Libre Comercio como lo es el caso de México, pero eso no ha sido un obstáculo para que establezca relaciones comerciales a nivel mundial de gran dinamismo. Al mismo tiempo que sus exportaciones crecen, sus importaciones también, debido a las necesidades de la población en cuanto a productos nuevos, y principalmente alimentos.

El conocimiento de los Tratados Internacionales Vigentes, nos ayuda a evaluar la actuación y la dinámica frente al comercio exterior de Corea del sur. Nos permiten analizar las fortalezas y debilidades que tenemos, al intentar posicionar un producto en el mercado coreano. La existencia de un Tratado u Acuerdo de preferencia arancelaria impacta el plan de negocio directamente, tal es el caso del Tratado comercial que Corea celebró con Chile, el cual podría implicar ciertas ventajas competitivas.

Lo anterior demuestra que las políticas económicas de Corea del Sur están encaminadas a una mayor apertura comercial, aunque esto también significa una mayor competencia entre los países que quieren atacar los nichos de mercado y realizar negocios en Corea del Sur.

3.2 El perfil actual del mercado de carne de cerdo en Corea del Sur.

En los últimos 40 años, Corea del Sur ha logrado un importante crecimiento económico, además de ser uno de los principales países que cuentan con tecnología de vanguardia. Su economía es fuerte y se caracteriza por una distribución relativamente homogénea en cuanto a sus ingresos. Cuenta con una inflación moderada, una tasa baja de desempleo y un superávit en sus exportaciones. La manufactura es el sector central de su economía, la cual contabiliza el 25% de su Producto Interno Bruto. Las manufacturas de valor agregado que se producen en este país, incluyen, productos electrónicos, autos, maquinaria y equipo, productos químicos.

Podemos decir que este país se encuentra muy integrado en la comunidad internacional así como en la dinámica del comercio mundial, siendo esto un aspecto vital para el desarrollo y dinamismo de su economía. En la actualidad, sus compromisos están encaminados a una mayor liberalización y desregulación económica.

Corea del Sur “es la décima economía más grande del mundo, y es una de las potencias económicas más importantes de Asia”⁴. En este país se concentra una población aproximada de 48 millones de habitantes, lo que representa un mercado potencial para los productos agropecuarios en virtud de ser un país altamente industrializado y con una extensión territorial pequeña como para poder desarrollar enormes esquemas de producción agropecuaria. Su ubicación geográfica es estratégica, ya que se localiza en el Este de Asia, factor que le utilizan algunas compañías Transnacionales para ingresar al mercado Japonés, al de China y Rusia.

⁴ Market Information Asia Pacific. Agri-Food. Past, present & Future Report South Korea. July, 2006. Agriculture and Agrifood Canada. http://ats.agr.ca/asa/4209_e.htm Información encontrada en internet el 2 de noviembre del 2006.

Mapa de Corea del Sur (República de Corea)



Fuente: http://www.guiadelmundo.com/paises/south_korea/mapa.html

Corea del Sur juega un papel muy importante en el comercio internacional, y cuenta con Tratados de libre Comercio con Chile y Singapur, además de ser parte de la Asociación Europea de Libre Comercio y estar en pláticas de negociación, para concretar Tratados con Canadá, Japón y Estados Unidos.

Tabla 3.2.1

Principales Indicadores Económicos de Corea del Sur comparados con México

	Corea del Sur	México
Población	48,846,823	107,449.525
PIB (Billones de USD)	801.2	693
Crecimiento Anual del PIB	3.9%	3%
PIB per cápita (USD)	20,400	10,000
Población económicamente Activa.	23.53 millones	43.4 millones

Fuente: The World Factbook. <https://www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/ks.html>

La tabla 3.2.1 nos permite dimensionar el tamaño del Mercado coreano comparándolo con algunos indicadores de México. En primer lugar, la población de Corea del Sur es poco menos de la mitad de la población en México, pero con un Producto Interno Bruto mayor y con un ingreso per cápita de casi el doble que en México. Esto nos da una idea del poder adquisitivo que tienen en aquel país, y por ende las posibilidades de hacer negocio con productos agropecuarios, en virtud de ser un país que no cuenta con las dimensiones geográficas suficientes, ni con los recursos naturales necesarios para cubrir sus necesidades alimenticias, por lo que es evidente que se cuenta con una ventaja competitiva en el sector agropecuario.

Tabla 3.2.2
Relaciones Comerciales Corea y el resto del Mundo

Comercio Exterior	2001	2002	2003	2004
Exportaciones (mil millones USD)	150,4	162,2	193,8	253,8
Importaciones (mil millones de USD)	141,1	152,1	178,8	224,5
Saldo	9,3	10,4	15	29,3

Fuente: Cámara Argentina de Comercio. Informe Económico Corea del Sur. Febrero del 2006
Sitio Web: <http://www.cac.com.ar/documentos/COREA%20DEL%20SUR02-06.pdf>

La tabla 3.2.2 nos muestra que la actividad económica de Corea del Sur cuenta con una balanza equilibrada, y que su situación económica ha mejorado en los últimos tres años de manera considerable, ya que no solo esta exportando cada vez más, sino que también presenta un mayor dinamismo en sus importaciones.

A pesar de contar con un superávit en sus exportaciones, Corea del Sur “importa del 60-70%”⁵ de sus alimentos, y presenta un déficit en el comercio internacional de alimentos, ya que no es posible satisfacer la demanda interna que tiene en el sector de agropecuario. En el 2005 Corea del Sur importó 10.9 millones de dólares en productos agropecuarios. En ese mismo año, exportó casi “2.4 billones de dólares en productos agropecuarios, principalmente a Japón (42%), a Estados Unidos (11%) y a China (10%).”⁶

La proporción del “PIB hasta el 2005”⁷ de los principales sectores de la economía se divide con el 3.3% en el sector agrícola, el sector industrial con 40.3%, mientras que los servicios acaparan el 56.3%.

Con un mercado de alrededor de “48 millones de consumidores”⁸, Corea del Sur es un país altamente urbanizado. La capital, Seúl; es el centro de negocios y de gobierno cuyas características lo convierten en una metrópoli global. “La mayor parte de la población está concentrada Seúl, Incheon, y en la Provincia de Gyeonggi.”⁹

⁵ Market Information Asia Pacific. Agri-Food. past, present & future Report South Korea. July, 2006. Agriculture and Agrifood Canada. http://ats.agr.ca/asa/4209_e.htm Información encontrada en internet el 2 de noviembre del 2006.

⁶ Market Information Asia Pacific. Agri-Food. Past, present & Future Report South Korea. July, 2006. Agriculture and Agrifood Canada. Información encontrada en internet el 2 de noviembre del 2006. http://ats.agr.ca/asa/4209_e.htm

⁷ The World Factbook. <https://www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/ks.html> Información encontrada en internet el 02 de Noviembre del 2006.

⁸ IBIDEM.

⁹ IBIDEM

El mercado de consumo coreano está muy desarrollado y la popularidad de la comida occidental está aumentando. Los consumidores demandan productos de mayor calidad y más saludables. Tradicionalmente la dieta coreana estaba basada en arroz, pescado, frutas y verduras; sin embargo en años recientes han estado incluyendo más cereales y proteínas en su dieta. Los consumidores se centran en buscar alimentos sanos y seguros. Algunos puntos importantes que podemos resaltar sobre el perfil del mercado coreano son:

- El consumidor coreano prefiere los alimentos frescos, productos naturales, incluyendo productos para la salud y bajos en grasas.
- Los consumidores prefieren marcas nacionales y productos establecidos en los supermercados, lo que les brinda mayor seguridad en su consumo.
- El sector orgánico está creciendo rápidamente.
- Las compras por Internet están tomando mucha popularidad.
- La edad en la población está impactando las tendencias en el consumo. Productos como la comida para bebé, popular entre poblaciones jóvenes está en decline.

Existen muchas oportunidades para la comida saludable y diversos productos agropecuarios en el mercado coreano. Las compañías exportadoras deben adaptar sus productos y sus estrategias de mercadeo a las preferencias y regulaciones coreanas. Algunos de los productos “con gran potencial en el mercado coreano se encuentran en diversos alimentos, entre ellos la carne de puerco”¹⁰, cuyas importaciones se han incrementado por la gran preocupación de las enfermedades como la gripe aviar y la encefalitis bovina.

¹⁰ Market Information Asia Pacific. Agri-Food. past, present & future Report South Korea. July, 2006. Agriculture and Agrifood Canada. http://ats.agr.ca/asa/4209_e.htm Información encontrada en internet el 2 de noviembre del 2006.

La carne de cerdo tiene una gran aceptación en el mercado coreano, especialmente y aunque varían los platillos y el tipo de corte requerido, la costilla de cerdo es de gran aceptación general por el gran sabor y combinación que representa con muchos de sus platillos tradicionales. Una encuesta reciente realizada por la National Agricultural Cooperatives Federation en el 2005, citó las razones por las que la población en Corea del Sur consume carne de puerco, la cual arrojó los siguientes resultados:

- “Por su buen sabor (54.3%)
- Porque otros miembros de la familia consumen carne de cerdo (21.2%)
- Por su precio bajo comparado con otros productos como el de la carne de res. (10.7%)

“11

¹¹ Korea, Republic of Livestock and poultry Products.Semi annual Report, 2006. USDAForeign Agricultural Service. <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200602/146176811.pdf> Información encontrada el 2 de Noviembre del 2006.

El consumo per cápita de carne de cerdo en Corea del Sur es 17.8 Kg por año, tal y como lo vemos en la siguiente tabla.

Tabla 3.2.3

Nivel de Consumo y demanda anual de carne de cerdo en Corea del Sur.

(miles de toneladas y Kg)

Año	Demanda	Suministro	Consumo Per-cápita
1980	239	242	6.3
1985	346	340	8.4
1990	508	505	11.8
1995	639	662	14.8
2000	714	790	16.8
2004	749	857	17.8

Fuente: Ministry of Agricultura and Forestry of Korea. <http://english.maf.go.kr/index.jsp>
Información de Internet del 2 de Noviembre 2006.

Los datos de la tabla 3.2 nos revelan el aumento considerable de la demanda de carne de cerdo que existe, y como en los últimos 20 años esta ha aumentado poco más del 100%. Esto nos da una idea clara de que la carne de cerdo es un producto con muchas posibilidades de éxito en el mercado coreano, y sobre todo de que la demanda exige que se importen volúmenes muy altos de este producto a Corea del Sur. En la actualidad, el mercado de carne de cerdo en Corea del Sur, lo disputan Estados Unidos y Canadá, aunque como podemos ver, Chile se está posicionando de manera importante potencial exportador de este al mercado coreano.

En este sentido es notable que Estados Unidos controla la mayor parte de las exportaciones de carne de cerdo en Corea. Este hecho es importante porque significa que a pesar de que la distancia entre ambos países impacta en los costos de flete, esto no influye en la rentabilidad del negocio dado que los montos de las importaciones son muy importantes y de un año a otro los montos de las importaciones aumentaron considerablemente tal y como lo podemos observar en la tabla 3.2.4.

Tabla 3.2.4
Importaciones de carne de cerdo a Corea del Sur (2004-2005)
 (Toneladas Métricas)

País	2004 Resultado	2005 Preliminar
Estados Unidos	20,931	58,100
Canadá	39,609	56,100
Chile	23,203	31,100
Dinamarca	22,345	20,500
Bélgica	19,649	17,100
Francia	13,781	19,200
Holanda	8,748	10,000
Hungría	7,951	8,500
Austria	6,470	9,800
Polonia	4,742	7,100
España	2,054	9,100
Suecia	1,689	2,000
Finlandia	1,581	1,500
Australia	1,506	2,500
México	285	2,000
Reino Unido	185	2,800
Otros	854	10
TOTAL	175,283	258,400

Fuente: Korea, Republic of Livestock and poultry Products.Semi annual Report, 2006.USDA Foreign Agricultural Service.Sitio

Web:<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200602/146176811.pdf> Información encontrada en internet el 2 de Noviembre del 2006.

Por otro lado, las exportaciones de carne de cerdo de Corea del Sur a otros países están muy limitadas, ya que no son autosuficientes y la demanda interna va en aumento. Existen diferentes casos en los que las exportaciones de carne de cerdo han tenido que disminuir drásticamente y por cuestiones de abasto interno, como es el caso de las exportaciones a Filipinas, o el caso de Rusia, cuyas exportaciones fueron detenidas, en virtud de tener precios más atractivos en el mercado interno.

Los datos anteriores nos demuestran que las ventajas comparativas que México tiene para introducir la costilla de cerdo congelada al mercado coreano, destacan en la diferencia territorial y geográfica que existe entre los dos países, factor que no permite que en Corea se desarrolle la producción porcina, ya que las leyes son muy estrictas en cuanto al uso de suelo, a los desechos de las granjas etc. En este mismo sentido, las ventajas comparativas descansan en la posibilidad de competir con Chile, ya que aunque este país cuenta con un Tratado de Libre Comercio con Corea del Sur, las cuestiones de costos de producción y logística podrán ser elementos favorables para los productores mexicanos.

El perfil del mercado carne de cerdo en Corea del Sur nos muestra que es un amplio mercado en donde se puede competir con productos de valor agregado que se adapten a las costumbre y los gustos de los coreanos, además de ser un mercado muy atractivo por su alto poder adquisitivo y su gusto por la carne de cerdo, ya que la incluyen en una gran variedad de platillos. Los gustos pueden variar, pero culturalmente los restaurantes especializados en carne de cerdo son muy variados y muy visitados en las principales ciudades de Corea del Sur, como en Seúl, que es la Capital del país, o en otras ciudades industriales importantes con gran afluencia de turismo proveniente de otros países asiáticos, como Japón y China, quienes también prefieren la carne cerdo.

Podemos decir que Corea del Sur tiene un mercado potencial en cuanto a la comercialización de costilla de cerdo congelada proveniente de México, especialmente por el alto grado de consumo que se tiene, y por la necesidad de diversificar el origen de sus importaciones con productos innovadores y de buena calidad.

3.3 Principales Canales de Distribución para la comercialización de la Costilla de cerdo congelada en Corea del Sur.

Es muy importante considerar los canales mercadotecnia (también llamado canal de distribución)¹² cuando se analiza la oportunidad de negocio de algún producto, principalmente para saber cual es la mejor manera de introducir un producto y las ventajas que ofrece cada canal.

Los principales canales de distribución para la comercialización de la costilla congelada la carne de cerdo en Corea son los siguientes:

- Venta al menudeo (retailer)
- Hipermercados (COSTCO, Carrefour, Walmart).
- Comercializadoras de Carne procesada y congelada de importación.

Respecto a la venta por menudeo, podemos decir que muchos de los pequeños restaurantes familiares, los cuales son clientes potenciales de la costilla de cerdo congelada, todavía compran a través del canal tradicional de distribución, el cual involucra varios intermediarios y compras en los mercados informales. Sin embargo, el incremento de las cadenas de restaurantes locales está impulsando el uso de uso de modernos canales de distribución que incluyen un sistema nacional con avances tecnológicos que mantienen el producto bajo temperaturas óptimas y bajo estrictos controles de calidad, además de contar

¹² "Es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor. Los productores se mueven a través de los canales de mercadotecnia por medio de la distribución física.

con una logística de distribución del producto eficaz. Este modelo de negocio está controlado por cuatro largos conglomerados.

Tabla 3.3.1

Lista de distribuidores de Servicios de distribución de Alimentos (2005).

Nombre de la Compañía
CJ Food system Co.
Our Home Co., Ltd.
Samsung Everland Co. Ltd.
Doosan TRading Corp.
Foodmerce Co.
KTSC,.Ltd.

Fuente: USDA Foreign Agricultural Service. GAIN Report. Información de Internet.
<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200502/146118825.pdf>

Inicialmente la figura del vendedor por menudeo (retailer) era la que predominaba en la distribución de la carne de cerdo. Una tendencia muy fuerte es el rápido crecimiento de los grandes supermercados, los cuales en su mayoría están compuestos por capital extranjero, y que por ende están abiertos a la búsqueda de oportunidades de negocios, comerciando con productos importados.

Tabla 3.3.2

Principales Hipermercados en Corea del Sur

Compañía Matriz	Nombre de la Cadena
Lotte	Magnet Stores
Shinsegae	E-mart
Carrefour	Carrefour Korea
Walmart	Makro Korea
Costco	Costco
Samsung-Tesco	

Fuente: Agri-food Trade Services/ Canada.Market Information Asia Pacific. Processed Meat. Opportunities, Strengths and attractions of the Korean Market.

<http://ats.agr.ca/asia/e3123.htm>. Información encontrada en Internet el 19 de octubre del 2006.

En general, podemos decir que los vendedores al menudeo, los grandes supermercados, los almacenes de membresía son los canales de distribución más importantes en los que desde los pequeños restaurantes familiares, hasta las grandes cadenas hoteleras y de franquicias adquieren los productos. En la actualidad existen 250 almacenes de descuento, los cuales, considerando el tamaño del mercado coreano, se pueden considerar como saturados.

La cadena E-mart es el líder en estos almacenes de descuento, mientras que las cadenas internacionales como “Carrefour, Wal mart, Tesco, y Costco forman la segunda fuerza en el mercado”¹³, en especial Costco, el cual también enfoca su estrategia al abasto de pequeños restaurantes familiares como principal grupo de clientes.

De acuerdo a un estudio de marketing elaborado por Agri-Food Trade Service de la Embajada de Canadá en Corea de sur, se recomienda que la mejor manera de detectar el canal apropiado de distribución mediante los siguientes pasos:

- Visitar varias plantas procesadoras de alimentos en Corea del Sur, incluyendo compradores de los grandes supermercados, los conglomerados de servicios de distribución de alimentos, así como uno o dos gerentes de grandes Hoteles y ejecutivos relacionados con el negocio de alimentos.
- Consultar bases de datos y empresas consultoras en la materia, de tal manera que se pueda obtener una lista de importadores potenciales y confiables.
- Asistir a eventos y ferias relacionadas con el sector de alimentos en Corea con el fin de establecer contactos iniciales.

Las Ferias anuales más importantes que se realizan en Corea son las siguientes:

- Korea International Food Fair

¹³ USDA Foreign Agricultural Service. GAIN Report. 2005.

<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200502/146118825.pdf> Información encontrada en internet el 12 de Noviembre del 2006.

Fecha: Abril

Lugar del Evento: COEX, Seúl.

Organiza: COEX

Tel: 00 82 -2-6000-1102

Fax: 00 82-2-6000-1333

E-mail: ept@coex.co.kr

Website: www.koreafoodfair.co.kr

➤ HFOOEX (Health functional Food Exhibition).

Fecha: October 28~October 31

Lugar: COEX; Seúl.

Organiza: Korea International Exhibition co,. Ltd.

Tel: 00 82 2-761-25-12

Fax: 00 82 2- 761-25-17

E-mail: webmaster@i-kieco.com

Website: www.i-kieco.com

En los últimos años las ferias internacionales han tomado mayor popularidad al ser un canal de mercadeo directo, ya que normalmente son visitadas por clientes potenciales que desean adquirir el producto de manera seria y mas formal. Las Ferias son una herramienta muy útil para aquellos que quieren ingresar el mercado de exportación.

3.4 Requisitos de Importación.

Normalmente el procedimiento de importación está a cargo de quien compra el producto en el país destino, sin embargo, el conocer los requisitos de importación tanto de el cliente como del vendedor, asegura que ambas partes cumplan con lo que las Leyes y Instituciones correspondientes estipulan, evitando retrasos, multas, e inclusive la prohibición de la entrada de la mercancía al país destino. El conocimiento de la fracción arancelaria, hasta el procedimiento completo de importación, son esenciales para que la operación de exportación-importación sea todo un éxito.

Fracción Arancelaria

Para poder importar costilla de cerdo congelada mexicana a Corea del Sur, primero se debe conocer la “fracción arancelaria”¹⁴, lo cual es importante clasificar y distinguir las mercancías para efectos del cumplimiento de las restricciones y regulaciones arancelarias y no arancelarias, así como el pago del impuesto correspondiente.

La fracción arancelaria para importar Costilla de cerdo congelada mexicana a Corea del Sur, es la Sub- Partida **020329**¹⁵, lo que significa la aplicación de un arancel del 25%¹⁶ sobre el valor del Producto.

Documentos necesarios para la Importación de costilla de cerdo en Corea del Sur.

La documentación necesaria para realizar la importación de la costilla de cerdo congelada mexicana en Corea del Sur es la siguiente:

¹⁴ Es un código que emana del sistema armonizado de Codificación y Designación de Mercancías, cuya finalidad es la de tener una clasificación uniforme en el Comercio Internacional. El arancel es un impuesto gravado sobre las importaciones. Esta se encuentra en las Tarifas del Impuesto general de Importación y de Exportación.

¹⁵ U.S. Meat Federation. http://www.usmef.org/Tariffs/Korea_Tariff.pdf Es importante señalar que la fracción arancelaria es un código numérico (8 dígitos, 6 nivel internacional, y los 2 últimos dígitos los establece el país importador. Información encontrada el 19 de junio del 2006.

¹⁶ BANCOMETX. Oportunidades de Negocios en el Sector de alimentos y bebidas en Corea. Consejería Comercial en Corea del Sur. Marzo del 2006. <http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/BebidasAlimentosCorea.pdf> Información encontrada en internet el 26 de Septiembre del 2006.

Factura Comercial.

“Es el documento donde se fija el importe de la mercancía expedida. En algunos casos sirve, además, como propio contrato de venta. Es expedido por el vendedor, y es de gran importancia legal, ya que se relacionan las mercancías a exportar o importar con los precios unitarios y totales además de incluir términos de venta.

Conocimiento de Embarque.

Es un instrumento típico del transporte marítimo de carga cuya función primordial es constituir la prueba del contrato del flete. Es muy importante que los datos de Conocimiento de Embarque coincidan con el de la Factura Comercial, de otra manera se pueden tener demoras en el despacho de la mercancía.

Lista de Empaque.

Es un listado detallado de los bultos, sacos, cajas, pellets, el cual debe coincidir con las unidades descritas en la factura comercial.

Certificado de Calidad.

En Corea del Sur, es necesario un certificado de pre-aprobación de las plantas donde se procesa la carne, incluyendo el rastro, los almacenes etc. Este documento es muy importante para la importación de la costilla de cerdo congelada mexicana, y solo lo emiten las plantas y/o los rastros Tipo Inspección Federal) (TIF) “debidamente autorizadas por el gobierno Coreano.”¹⁷

¹⁷ En el 2003, solo se permitía la importación a 16 países, entre ellos México, y que a su vez, solo aquellos proveedores que estuvieran previamente “autorizados por las autoridades de Corea del Sur.

Certificado Zoosanitario.

El Certificado Zoosanitario deberá ser emitido por la autoridad de inspección del país exportador, el cual es requerido para todos los productos cárnicos comestibles. La fecha de emisión del certificado deberá ser anterior a la fecha de embarque marítimo especificado en el conocimiento de embarque.

Además de los documentos descritos, es importante destacar que existen algunos otros requisitos que no precisamente se amparan en un documento, sino que forman parte del producto y que son esenciales para poder importar y comercializar la costilla de cerdo congelada. Este es el caso del etiquetado el cual se describe con mayor detalle como sigue.

Etiquetado.

Los requerimientos de etiquetado para los alimentos importados están regulados por la Secretaría de Administración de Alimentos y Medicamentos de Corea como ya se mencionó. En primer lugar, todos los alimentos importados deben tener etiquetas en idioma coreano, así como la leyenda del país de origen en la parte superior de las cajas. Se podrán utilizar etiquetas adhesivas que no sean fácilmente removibles y estas no tienen que cubrir la etiqueta original. Las etiquetas deben contener la siguiente información impresa, y en un tamaño donde la leyenda sea legible y de fácil lectura.

- Nombre del Producto
- Tipo de Producto.
- Nombre del Importador, dirección, así como la dirección en donde se puede regresar el producto en caso de que este sea rechazado o regresado por estar defectuoso.
- Fecha de fabricación: día, mes y año.
- Fecha de Expiración.
- Contenido: peso, volumen o número de piezas.
- Ingredientes, materia prima o porcentaje de contenido de ingredientes¹⁸.

¹⁸ El nombre del principal ingrediente deberá ser incluido en la etiqueta, así como el nombre de al menos cinco de los ingredientes que lo componen. Esta información deberá ser enlistada por orden, comenzando con el mayor porcentaje de ingredientes y seguido en orden descendente por los demás componentes. El agua adicionada no cuenta como uno de los cinco principales ingredientes del producto. Algunos aditivos de

- Nutrientes.
- Información adicional que incluya precauciones en el uso y en el mantenimiento del producto.
- País de Origen.¹⁹

Antes de importar o exportar la costilla de cerdo congelada mexicana a Corea del Sur, se tienen que conocer las instituciones oficiales relacionadas, así como el marco jurídico que regula la entrada de esta mercancía. Las siguientes Secretarías²⁰ están directamente relacionadas con la importación de costilla de cerdo congelada en Corea del Sur y sus disposiciones legales rigen el proceso de importación de este producto.

Korea Food and Drug Administration (Secretaría de Administración de Alimentos y Medicamentos).

Es la principal agencia gubernamental responsable de fortalecer las leyes y las regulaciones relacionadas con los productos alimenticios, ya sean de producción nacional o de importación, verificando que cuenten con todas las normas de seguridad y salud, así como su correcto etiquetado. Esta Secretaría es la que realiza las pruebas zoonosológicas de la carne de cerdo cuando se comienza el trámite de importación.

Ministry of Health and Welfare (Secretaría de Salud y Biniestar).

Esta Secretaría tiene la autoridad de legislar los cambios en el Acta de Sanidad Alimenticia (Food Sanitation Act).

alimentos también necesitan incluirse en la descripción de los ingredientes. Además de los cinco ingredientes y los aditivos de alimentos, la indicación de la posibilidad de alergia es obligatorio. Los alimentos considerados como alérgicos para algunas personas son el huevo, las nueces, los cacahuates, la soya, la carne de puerco entre otros. Cualquier alimento que contenga algunos de estos alimentos, se deberá especificar en el idioma Coreano.

¹⁹ CFR. Korean Food and Drug Administration. www.kfda.or.kr Información encontrada en internet el 26 de Septiembre del 2006.

²⁰ Food and Agricultural Import Regulation and Standard. Country Report, Republic of Korea. USDA Foreign and Agricultural Service. GAIN Report. http://64.233.167.104/search?q=cache:QAJivo_2QPj:www.fas.usda.gov/gainfiles/200408/146107033.pdf+GAIN+REPORT+KS4039&hl=es&gl=mx&ct=clnk&cd=1&client=firefox-a Información encontrada en Internet el 1 de Octubre del 2006.

Food Sanitation Act (Acta de Sanidad y Alimentación).

El Acta de Sanidad y Alimentación es legislada por la Asamblea Nacional, y es la base legal para regular todo lo concerniente a la seguridad de los alimentos, cuyos lineamientos son emitidos por el Ministerio de Salud y Bienestar, así como el Ministerio de Administración de Alimentos y Medicamentos de Corea. Esta Ley es importante porque contribuye a mejorar la salud nacional mejorando la calidad y componentes nutricionales de los alimentos, previniendo riesgos de sanidad causados que pudieran causar los alimentos.

Ministerial Ordinance to the Food Sanitation Act. (Orden Ministerial del Acta de Sanidad y Alimentación).

Esta Ley es más detallada en cuanto a la reglamentación de sanidad en la alimentación, e incluye ejemplos de los formatos necesarios para procedimientos y permisos del sector de alimentos, incluyendo los importados. Las regulaciones fitosanitarias están muy enfocadas a proteger la entrada de carne de cerdo que estuviera contaminada con residuos de medicamentos o pesticidas nocivos para la salud.

Es muy importante tomar en cuenta que todas las regulaciones no arancelarias, deberán de confirmarse y actualizarse con el cliente o el importador, ya que de esta manera se evitará el riesgo de la omisión de cualquier documento o requisito, independientemente de la fecha de publicación.

3.4.1 Procedimiento de Importación.

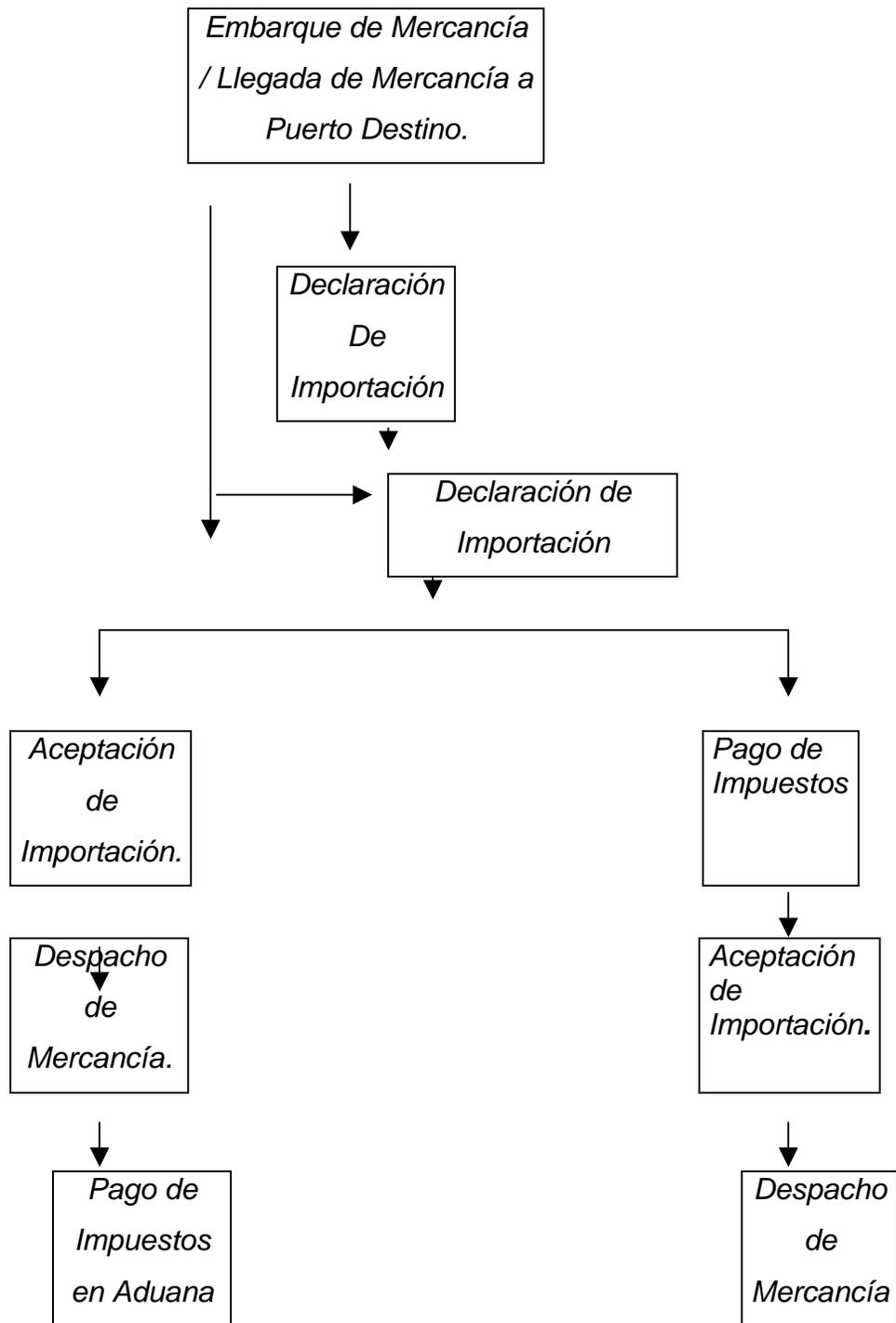
La importación de alimentos perecederos, en este caso la costilla de cerdo congelada mexicana, requiere de un cuidado muy especial en el procedimiento de importación del país destino, ya que es un producto sujeto a inspección por las autoridades de Corea, lo que origina cierto riesgo de que el mismo perezca, por lo que se deberá tener especial cuidado para cubrir con anticipación las formalidades administrativas de entrada que a continuación se detallan:

- “Antes de la llegada del embarque a Corea, el importador deberá llenar la “Declaración de importación de alimentos” (Import Declaration for Food) en la Oficina correspondiente de la Korean Food and Drug Administration (KFDA).
- La oficina de la KFDA realizará las pruebas pertinentes. El método de inspección será determinado de acuerdo a los lineamientos para la inspección de productos alimentarios importados. Estos métodos pueden ser clasificados como sigue:
 - Inspección de documentos.
 - Inspección Organoléptica (Inspección de color, sabor, presentación, etiquetado etc).
 - Inspección de laboratorio; y
 - Examen de muestras aleatorias.
- Si el producto cumple con los estándares requeridos por la autoridad, la KFDA emitirá el certificado para la importación. El producto se despachará de la aduana y estará listo para la distribución local.
- Si el producto no cumple con algunos de los requerimientos emitidos por la autoridad, La KFDA lo notificará al importador declarándose como una violación. El importador puede decidir si el producto se devuelve al país de origen o si se destruye. Si la violación puede ser corregida (en el caso del etiquetado), el importador puede volver a solicitar una inspección después de hacer la corrección pertinente. “²¹

²¹ Korean Food and Drug Administration. www.kfda.go.kr Información encontrada el 12 de Noviembre del 2006.

Diagrama 3.4.1

Procedimiento de Importación.



Fuente: Servicio de Aduanas en Corea del Sur.

El diagrama anterior nos muestra que la importación de carne de cerdo en Corea del Sur, no difiere de lo que es una importación en otro país, sin embargo, es importante mencionar la necesidad de planear y de mantener una comunicación constante con el cliente, para poder evitar retrasos o errores en el llenado de formatos o envío de permisos previos. El calculo en los tiempos de llegada, los tiempos de expiración del producto y las demoras en los servicios aduanales, son alguno de los elementos que se tienen que considerar para que el proceso de exportación sea exitoso.

La importación de carne de cerdo a Corea del Sur, también requiere considerar el cambio del horario, ya que la comunicación telefónica o a través de medios electrónicos está condicionada al existir una diferencia de 21 horas entre cada país. Es necesario considerar todos los detalles posibles para poder ofrecer un servicio integral en donde el proceso de importación no tenga ningún problema por falta de información o por la omisión de algún documento.

CAPÍTULO 4

MARCO LEGAL Y REQUISITOS DE EXPORTACIÓN DE LA COSTILLA DE CERDO CONGELADA MEXICANA A COREA DEL SUR.

La decisión de ejecutar un proyecto de exportación muchas veces está determinada por la capacidad de financiar el proyecto. En este aspecto, es muy importante mencionar que mientras la empresa o la persona cuenten con todos los requisitos legales, se puede acceder a diferentes tipos de financiamiento que apoyan el sector. La planeación en estos casos es muy importante, ya que de ello depende el acceso al financiamiento y por ende, la capacidad de poder pagar el crédito de tal manera que el negocio de exportación sea redituable y tenga las posibilidades de expandirse y de consolidarse.

Por otra parte, es muy importante que la planeación de cualquier proyecto de exportación este sustentado en el marco legal y que se conozcan a detalle todos los requisitos y la documentación necesaria para dicho propósito. Se debe conocer a detalle el producto que se va a exportar y las restricciones que puede tener, los permisos y todo lo que involucra la exportación del producto a los mercados internacionales. El primer paso es clasificar la mercancía y de ahí continuar con una investigación detallada de los procesos legales con las instituciones correspondientes.

Una vez que la exportación se va consolidar, se tiene que considerar las modalidades de pago existentes, pero sobre todo, determinar cual es la más segura en nuestra operación de exportación. Esto depende de la negociación y de los términos del contrato de compra venta del producto. Es importante determinar la forma de pago adecuada de acuerdo a las necesidades de la empresa, así como de la confianza que se tenga entre el vendedor y el cliente.

4.1 Esquemas de financiamiento para la exportación de costilla de cerdo congelada.

La planeación financiera es un aspecto muy importante para definir la viabilidad de exportación de un producto. Se tiene que conocer y analizar las alternativas de financiamiento y los requisitos para obtenerlo ya que el proceso de exportación incluye diversos gastos, desde la obtención de los insumos necesarios para el producto final, los gastos de envase, empaque y embalaje, la promoción del productos en los mercados internacionales a través de ferias, transporte y muchos otros gastos que se deben incluir en un plan de negocios o presupuesto de manera detallada.

El caso de la costilla de cerdo congelada también requiere de liquidez durante el proceso de producción, incluyendo el proceso de exportación, sin embargo; existe una amplia gama de instituciones financieras que ofrecen créditos y financiamiento a la producción, a la obtención de insumos, así como a la promoción internacional por medio del financiamiento para participar en ferias o en misiones de exportadores al país o mercado meta.

La obtención de financiamiento a la exportación depende del tamaño y del giro de la empresa, y existe un intermediario financiero para cada necesidad. En el caso de la costilla de cerdo congelada, tenemos dos opciones muy concretas, por un lado; se puede realizar un plan de producción si es que se tiene la infraestructura básica para financiar las instalaciones (terreno, agua) y los insumos, para la obtención del producto final, que es la costilla de cerdo congelada¹, y por otro lado, se tiene la opción de asociarse o comprar el producto terminado y destinarlo a la exportación. En este caso se puede obtener el financiamiento y la asesoría para completar exitosamente el proceso de exportación a través de productos financieros enfocados a los promotores de las exportaciones.

¹ La costilla de cerdo congelada es el producto seleccionado para exportar a Corea del Sur, pero si se cuenta con una granja, los demás productos y partes del cerdo también se comercializan.

El financiamiento para la exportación de costilla de cerdo congelada lo podemos encontrar dentro del sistema financiero mexicano a través de “distintos intermediarios financieros”², los cuales los podemos subdividir en tres grupos que son:

- Banca Universal o Grupos financieros
- Banca de Desarrollo
- Organizaciones Auxiliares de Crédito.

En primer lugar, tenemos a la Banca Universal y a los Grupos financieros, que también los podemos diferenciar, porque son instituciones privadas cuyas tasas de interés fluctúan y son variadas (aunque están reguladas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores). Estas son las siguientes:

- La banca de primer piso o banca múltiple.
- Casas de Bolsa.
- Arrendadoras Financieras.
- Factoraje financiero.
- Sociedades de inversión.

Por otro lado tenemos a la Banca de Desarrollo y los Fiduciarios, la cual se distingue por otorgar créditos blandos, ya que están subvencionados por el Estado, lo que los hace ofrecer tasas de interés más bajas que los de la Banca comercial o de otros grupos financieros privados. Algunos de ellos son:

- Banco Nacional de Comercio Exterior. (BANCOMEXT)
- Nacional Financiera. (NAFIN)
- Financiera Nacional y Agropecuaria. (FINAA)

Existe una variedad más amplia de instituciones financieras de diferente orden y tipo, aunque en este caso, se han destacado las que se pueden relacionar de manera más directa con la

² López, Olguín Manuel. Sistema financiero mexicano e internacional. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán. México, 2005. p.30.

necesidad de financiamiento para la exportación de costilla de cerdo congelada a Corea del Sur.

a) Financiamiento a través de la Banca comercial.

En México la banca comercial ofrece diferentes tipos de financiamiento, y el costo de dinero se rige por dos indicadores muy importantes, los cuales son los Certificados de Tesorería (CETES) y la Tasa de Interés Interbancaria (TIIE). Los bancos ofrecen diferentes tasas de interés dependiendo del tipo de producto, del riesgo y de los plazos del financiamiento. En los siguientes cuadros podemos apreciar la variación que estos indicadores han tenido, en primer lugar, los CETES (que son emitidos y respaldados por el Gobierno) registraron una tasa de interés a 28 días muy alta, como una forma de atraer el ahorro y la inversión; sin embargo, esta tendencia bajo drásticamente en el año 2000, lográndose estabilizar en los siguientes 3 años. En el 2004 y en el 2005 las tasas aumentaron ligeramente como una muestra por captar mas ahorro y poder ofrecer mas prestamos, un hecho que en teoría la Banca debe cumplir.

**Cuadro 1
Certificado de la tesorería.**

Año	Cetes % a 28 días
2000	17.05
2001	6.29
2002	6.88
2003	6.06
2004	8.5
2005	8.22

Fuente: www.banxico.org.mx . Información encontrada el 20 de enero de 2007.

La TIIE no presento variaciones importantes, aunque se mantuvo estable del 2001 al 2005. Esto significa que el costo del dinero no tuvo alteraciones que afectaran a los que obtuvieron financiamiento durante este tiempo.

Cuadro 2
Tasa de Interés Interbancaria de equilibrio (TIIE).

Año	Tasa % de 20 o 30 días.
2001	8.04
2002	8.25
2003	6.12
2004	8.75
2005	8.27

Fuente: www.banxico.org.mx. Información encontrada el 20 de enero de 2007.

Por otro lado, la Banca de Desarrollo mostró una ligera tendencia a la baja a partir del 2002, aunque en promedio no tuvo variaciones importantes. En realidad el costo del dinero por parte de esta institución cuya finalidad es la de promover las exportaciones y la productividad se mantiene ligada a los indicadores internacionales como son la tasa PRIME de Estados Unidos, y la tasa de Interés LIBOR de Inglaterra.

Cuadro 3
BANCOMEXT
Empresa Tasa de Interés.

Año	2001	2002	2003	2004	2005
PEQUENA	9.48%	7.84	6.99	7.86	9.85
MEDIANA	11.75	6.48	5.99	6.86	8.85
GRANDE	7.48	5.84	4.99	5.86	7.85

Fuente: Elaborado con datos de BANXICO Y BANCOMEXT.

Los créditos se pueden operar de dos maneras, la primera es a través de fondos revolventes con disponibilidad de acuerdo a las necesidades del cliente, a un periodo máximo de tres años y la segunda es por medio de un crédito simple hasta un plazo de diez años.

Los créditos se otorgan en pesos o en dólares, para las operaciones que se tengan referenciadas en esa moneda. “La tasa de interés para pesos en la Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE} y para los créditos en dólares la tasa es LIBOR mas 4 puntos porcentuales.”³

Los principales indicadores del costo del dinero a nivel internacional son las tasas PRIME de Estados Unidos, y la LIBOR de Inglaterra, las cuales nos muestran la variaciones del costo del financiamiento internacional. Esta es una alternativa mas de financiamiento por parte de la Banca privada, tomando como punto de partida que la mayoría de los bancos (excepto Banorte que es el único Banco con capital mayoritario mexicano) son filiales de Bancos internacionales que operan en otros países y cuyas oficinas centrales se encuentran en Estados Unidos, Inglaterra o España. La finalidad de analizar el financiamiento se centra en la búsqueda del financiamiento que menos costo tenga por la obtención de liquidez.

En este sentido, los indicadores nos muestran que las tasas de interés PRIME estuvieron muy estables en los últimos 4 años, además de estar por debajo de la TIIE en México. Esto nos demuestra que en realidad se puede diversificar el financiamiento de proyecto inclusive a través de la banca comercial internacional, en virtud de la globalización de las operaciones de la banca.

³ Información proporcionada directamente por funcionarios de Bancomext, Luis Becerra.

Cuadro 4.
Estados Unidos de Norteamérica (PRIME RATE) %

Año	Tasa de Interés 30 días
2001	7.13
2002	4.70
2003	4.13
2004	4.29
2005	6.10

Fuente: Federal Reserve Board (United States of America).
<http://www.federalreserve.gov/Releases/> .Información encontrada el 20 de Enero del 2007.

Cuadro 5
Unión Europea (LIBOR) %

Año	Tasa de Interés 3 meses
2001	3.74
2002	2.17
2003	1.37
2004	2.19
2005	4.09

Fuente: www.banxico.org.mx .Información encontrada el 20 de enero de 2007.

Un ejemplo de financiamiento por medio de la Banca comercial a través de BANORTE, el cual ofrece diversos tipos de crédito muy específicos. En el caso de la exportación de costilla de cerdo congelada a Corea del Sur encontramos dos tipos de crédito que podrían ser útiles. Cabe mencionar que es indispensable realizar un análisis del costo del dinero, lo que se debe incluir en nuestro presupuesto y/o plan financiero.

Nombre del Producto: Agroactivo⁴

- *Objetivo:* Agroactivo está dirigido a la micro, pequeña y mediana empresa, así como a personas físicas con actividad agroindustrial, agropecuaria, comercial y/o de servicios agropecuarios.
- *Características del Producto:* 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 años.
- *Requisitos:*
 - Solicitud de crédito debidamente requisitada.
 - Programa de inversión.
 - Copia de alta en SHCP y RFC.
 - Copia de la escritura de propiedad o título de propiedad.
 - Copia del acta constitutiva, modificaciones, poderes y reformas vigentes.
 - Identificación oficial con fotografía.
 - Copia del acta de matrimonio (personas físicas).
 - Autorización para consulta en buró de crédito.
 - Estados financieros al cierre del ejercicio anterior y actual, con antigüedad no mayor de dos años.
 - Reporte de visita ocular.
 - Tres referencias de proveedores y de clientes.

Por otro lado tenemos los créditos que ofrece la Banca de desarrollo, muchas de las veces con una tasa de interés menor a la que aplican las instituciones privadas por estar subsidiados por el Gobierno. En este caso tenemos el ejemplo del financiamiento que ofrece el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT).

⁴ Ver Anexo II. Simulacro de costo de dinero a través de crédito con el banco BANORTE.

Nombre del producto: Crediexporta Capital de Trabajo.

Objetivo: Son aquéllos créditos otorgados por Bancomext para apoyar las necesidades financieras que tienen las empresas para llevar a cabo sus actividades productivas relacionadas con las exportaciones mexicanas, o bien cuyos productos o servicios sustituyan importaciones. También pueden financiarse las importaciones de insumos de las empresas mexicanas.

Estos apoyos financieros pueden canalizarse:

- Para la Producción.
- Para los Inventarios.
- Para las ventas.
- Para la importación de insumos, partes importadas que se incorporen a productos terminados.
- Establecimiento y negociación de cartas de crédito.

Requisitos:

- Las empresas y personas físicas que sean exportadores.
- Todos los proveedores de exportadores, esto es que provean insumos, servicios o bienes intermedios o finales, que se incorporen a productos o servicios de exportación.
- Empresas generadoras de divisas y sus proveedores.
- También, empresas que sustituyan importaciones.
- Empresas mexicanas que importan materias primas, insumos o componentes para sus procesos de producción destinada al mercado nacional.

Tipo de Financiamiento:

- Hasta el 100% del costo de producción y adquisición de insumos importados, ó
- Hasta el 70% del valor de los pedidos, ó
- Hasta el 90% de las facturas, para operaciones menores de un año.
- El monto aprobado caso por caso, para ventas mayores a un año.

Plazos:

- Líneas de crédito revolventes, con vigencia de hasta 3 años, en las que cada disposición se establecerá, de acuerdo a los flujos de efectivo de la empresa, hasta 360 días. En el financiamiento a las ventas, por el periodo de pago que se concede al comprador.
- Crédito simple, a plazo de hasta 5 años, con amortizaciones periódicas mensuales, trimestrales o semestrales, de acuerdo a las características y necesidades del cliente.

Los ejecutivos del Centro Bancomext, diseñan conjuntamente el esquema de apoyo financiero que mejor se adapte a sus necesidades y presentan formalmente su solicitud de crédito. Una vez contratada la línea, en un máximo de 48 horas hábiles posteriores a la fecha en que el cliente presenta la solicitud se puede disponer de los recursos.

El BANCOMEXT también ofrece otro tipo de apoyos financieros como es el caso de las *Ferias Internacionales y las Misiones de exportadores*.

Ferias tipo A

Las ferias tipo A son eventos comerciales o de promoción de inversión extranjera, preferentemente sectorizados, en los que Bancomext organiza y apoya la participación de empresas mexicanas dentro de un Pabellón Nacional.

Conceptos incluidos en el costo de la participación:

Renta de espacio.

➤ Envío de muestras:

Límites máximos: hasta 250 Kg ó 1.5 M3, por stand contratado. En el caso de los sectores: automotriz, muebles y accesorios, industria metalmecánica, construcción y ferretería, se podrá incrementar hasta 500 Kg ó 3 M3 por stand contratado. Sólo se cubrirá el flete de un embarque, de México al país sede del evento. En los eventos de joyería el envío del muestrario es por cuenta de cada empresa participante.

➤ Gastos de operación:

Se pagan los siguientes conceptos: limpieza, vigilancia y electricidad.
Construcción: Incluye el diseño, montaje, desmontaje y decoración del pabellón, instalación y

suministro de eléctrica (hasta 160 Watts), renta de exhibidores, muebles, accesorios y un letrero con el nombre de cada participante. Los muestrarios se envían bajo el régimen de exportación definitiva

Características del Apoyo:

- En el costo de participación está incluido el porcentaje de apoyo que otorga Bancomext con los siguientes porcentajes por mercado:
 - Estados Unidos de América hasta el 40%
 - Otros Mercados hasta el 65%
- Las empresas participantes que cuenten con una Membresía Bancomext vigente, al momento de su inscripción, obtendrán los descuentos adicionales sobre el costo de participación:

MEMBRESIA	DESCUENTO
BANCOMEXT BRONCE	10 %
BANCOMEXT PLATA	15%
BANCOMEXT ORO	20%
BANCOMEXT PLATINO	25%

Ferias Tipo C.

La Participación Individual en Eventos Internacionales es un esquema de apoyo diseñado por Bancomext, mediante el cual, una o varias empresas mexicanas eligen participar de forma individual en un evento internacional de reconocido prestigio.

De igual forma, se incluyen también aquellas ferias en las que se cuenta con un Pabellón de México organizado por Bancomext, en las que el número de empresas mexicanas interesadas en participar han agotado el cupo del mismo, o la ubicación del stand

donde desea participar la empresa se encuentra en una sección especializada para su producto, diferente a donde se ubica el Pabellón de México.

Conceptos susceptibles de apoyo BANCOMEXT :

➤ Renta de espacio.

➤ Envío de muestras:

Sólo se cubrirá el costo de un flete al evento, desde la empresa al recinto ferial en ruta directa, hasta 250 Kg. ó 1.5 M3 por compañía. Las empresas de los sectores: automotriz, muebles y accesorios, industria metalmecánica, construcción y ferretería, podrán solicitar un incremento hasta 500 Kg. ó 3 M3.

➤ Gastos de operación:

Se cubren solamente los rubros de limpieza, vigilancia y consumo de energía eléctrica.

➤ Construcción:

Se cubren solamente gastos de mano de obra en el lugar del evento por concepto de: montaje y desmontaje, decoración, renta de exhibidores, muebles, accesorios y letrero con el nombre de la empresa participante. No se incluyen acarreos o habilitaciones de exhibidores propios.

Los comprobantes y/o facturas deberán ser expedidos por el organizador de la feria o su representante y por los proveedores de la construcción del pabellón y envío de muestras, a nombre de la empresa mexicana y deberán estar debidamente pagadas.

➤ Características del apoyo:

- El apoyo que otorga Bancomext es vía reembolso.
- Para hacerse acreedor de este apoyo deberá adquirir una membresía anual de Bancomext.
- El apoyo que otorga Bancomext sólo cubre los cuatro conceptos mencionados en el inciso A, más IVA incluido, de acuerdo con los siguientes porcentajes:
 - En Estados Unidos: hasta el 50 %
 - En otros mercados: hasta el 75 %

Bancomext otorgará tres apoyos al año con los montos máximos que se detallan a continuación:

Primer apoyo hasta	USD 4,000.00
Segundo apoyo hasta	USD 3,000.00
Tercer apoyo hasta	USD 2,000.00

En caso de que la empresa no cuente con la membresía del Club de Exportadores de Bancomext, se deberá cubrir la suscripción correspondiente, cuyo costo será del 50% del monto calculado por Bancomext en su primer apoyo solicitado.

Misiones de Exportadores.

Son viajes de trabajo al extranjero de empresarios mexicanos identificados por: los Centros de Servicios al Comercio Exterior (CSCEX), la Dirección de Eventos (DE) o las Unidades Sectoriales de Negocios (USN), interesados en exportar sus productos a uno o varios países, para lo cual visitan mercados mediante un programa de entrevistas preestablecido, con el fin de contactarse con importadores potenciales seleccionados por las Consejerías Comerciales y en su caso, por la Embajada o Consulado de México en ese país.

- Las Misiones de Exportadores son más amplias que las Agendas de Negocios, debido a que además de incluir estas últimas, incluyen Seminarios, Reuniones de Trabajos,

Investigación de Mercado, etc., conforme al programa que elabore cada Consejería Comercial, Embajada o Consulado de México.

- Los sectores a promover deberán coincidir con proyectos y sectores seleccionados por Bancomext.

Servicios que proporciona BANCOMEXT:

- Información del mercado
- Elaboración de agendas de trabajo con importadores a través de las Consejerías Comerciales, Embajada o Consulado correspondientes
- Logística correspondiente en cada mercado
- Apoyo para la contratación de traductores en mercados no tradicionales (China, Rusia, Europa del Este).

Cada Misión es apoyada de acuerdo al Programa elaborado por la Consejería Comercial en coordinación con las necesidades que el CSCEX, la DE o la USN, le solicita por parte de las empresas participantes.

Costos:

El costo de participación es de \$500 US Dólares por participante por mercado. Conceptos Susceptibles de apoyo por BANCOMEXT a empresas 2005:

- Reembolso parcial de boleto de avión, según tarifa BANCOMEXT o una Membresía del Club de Exportadores de Bancomext. Este apoyo se otorgará generalmente cuando la misión se lleve a cabo en más de un mercado, previa autorización de la Institución. El apoyo será sólo para un ejecutivo por empresa y una sola vez por mercado al año.

Características del apoyo:

- Grupales

- La misión deberá contar preferentemente con un mínimo de cinco empresas y un máximo de diez dependiendo del mercado objetivo.
- Se deberán incluir como máximo tres sectores y líneas de productos afines
- La duración de la misión será acorde con la demanda de los productos mexicanos y/o los intereses del mercado en cuestión
- Organización a cargo de BANCOMEXT
- Programación con un mínimo de 6 semanas de anticipación.

Empresas elegibles:

- Establecida y operando en México
- Que no se encuentren en cartera vencida con BANCOMEXT
- Que cuenten con calidad y capacidad de exportación
Que la Consejería Comercial pueda elaborar agendas de trabajo con importadores del mercado objetivo
- Contar con el visto bueno del Centro de Servicios al Comercio Exterior de BANCOMEXT
- Se dará preferencia a las empresas inscritas en el Club de Exportadores BANCOMEXT

.⁵

De manera general se puede observar que el financiamiento a la exportación de costilla de cerdo depende de las necesidades específicas del productor o del exportador. Hemos visto la importancia de analizar el costo del dinero y de las opciones que la Banca de desarrollo nos ofrece, en especial de BANCOMEXT como una institución especializada en el área del comercio exterior.

La finalidad de presentar algunos de los casos en que se puede obtener financiamiento, es la de comprobar que realizar un proyecto de exportación es viable y se puede realizar inclusive con fondos externos, siempre y cuando se cuente con un plan de negocios detallado que incluya los costos de producción y comercialización, así como un conocimiento detallado del proceso de exportación y los costos que esto genera.

Existen varias instituciones que ofrecen financiamiento, pero es importante realizar un análisis detallado de los tipos de financiamiento para poder elegir el más adecuado.

⁵ BANCOMEXT. www.bancomext.com. Información encontrada en Internet el 19 de septiembre del 2006.

4.2 Requisitos y Documentación requerida para la exportación.

En primer lugar, se debe conocer la fracción arancelaria y de acuerdo a la Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación, la fracción arancelaria de la costilla de cerdo congelada es de **02032999**⁶, y está exenta de impuestos a la exportación.

Los requisitos para exportar la costilla de cerdo congelada mexicana a Corea del Sur, están establecidos en el “Artículo 36 de la Ley Aduanera”⁷, y son los siguientes:

- Agente Aduanal.
- Factura Comercial.
- Lista de empaque
- Conocimiento de Embarque
- Comprobar el cumplimiento de las restricciones arancelarias y no Arancelarias.
 - Certificado Zoosanitario de Exportación.⁸
 - Certificación de Tipo Inspección Federal (TIF) de Calidad de la planta o rastro.⁹
 - Cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana NOM-009-ZOO-1994.¹⁰

⁶ Sistema Integral de Información de Comercio Exterior. www.siicex.gob.mx Información encontrada en Internet el 19 de Septiembre del 2006.

⁷ Véase Ley Aduanera Art. 36.

⁸ Este Certificado es emitido por la Secretaria de Agricultura, Ganadería y Alimentación (SAGARPA), a través de su Dirección de Sanidad Animal, Trámite con clave SENASICA 01-012-C. Fuente: <http://www.sagarpa.gob.mx/servicios/pdf/156.pdf> Información encontrada el 23 de Septiembre del 2006.

⁹ Sistema de Tipo Inspección Federal (TIF) en donde se acredita que la planta donde se realizó el sacrificio de los animales está autorizada por las autoridades sanitarias en Corea del Sur.

¹⁰ Es la Norma sobre el proceso sanitario de la Carne establecer los procedimientos que deben cumplir los establecimientos destinados al sacrificio de animales y los que industrialicen, procesen, empaquen, refrigeren productos o subproductos cárnicos para consumo humano, con el propósito de obtener productos de óptima calidad higiénico-sanitaria. CFR. http://www.senasica.sagarpa.gob.mx/web/propuestas_web/221204/inocuidad_agroalimentaria/NORMAS_TIF/NOM-009-ZOO-1994.doc. Información encontrada el 23 de Septiembre del 2006.

Cabe mencionar que en Corea del Sur, la carne de cerdo congelada no tiene restricciones en cuanto a cupos o cuotas compensatorias.

Otro aspecto importante es el conocer y tomar como referencia las Leyes relacionadas con el proceso exportador en México.

Ley de Comercio Exterior

Esta Ley es importante para los exportadores, ya que en ella están definidas las Secretarías encargadas de regular y supervisar las actividades de Comercio Exterior. En esta Ley están términos y reglas de utilidad para el Exportador. Entre otros aspectos, esta Ley atribuye la rectoría del Comercio Exterior a la Secretaría de Economía, y en su artículo 5º., fracción XII faculta a la Secretaría de Economía para emitir las reglas que establezcan disposiciones de carácter general, así como los criterios necesarios para el cumplimiento de las leyes, acuerdos o tratados internacionales, decretos, reglamentos, acuerdos y demás ordenamientos generales de su competencia.

Ley Aduanera

La Ley Aduanera regula la entrada y salida de mercancías a territorio mexicano. Esta Ley es de gran utilidad para el exportador ya que contempla entre algunos otros rubros los siguientes:

- Depósito ante la Aduana.
- Despacho de Mercancías.
- Contribuciones, cuotas compensatorias, y demás regulaciones y restricciones no arancelarias al Comercio Exterior.
- Regímenes Aduaneros.
- Impuesto General de Exportación.
- Infracciones y Sanciones.

Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación.

Esta Ley establece como su nombre lo indica, el pago de Impuestos a la exportación y a la importación según la clasificación del producto. En nuestro caso, es el Capítulo II, en lo referente a la Carne y a sus despojos el que tenemos que tomar como referencia en caso de cualquier controversia relacionado al pago de impuestos.

Ley del Impuesto al valor Agregado.

Aunque la exportación está exenta del Impuesto al valor agregado, es importante conocer esta Ley, ya que la realización de un plan de exportación, requiere de diversos servicios como empaquetados, traslados, y diversos gastos que implican el pago de tal impuesto. Esta Ley establece en su Artículo 1 inciso A, los contribuyentes que deben cumplir con este impuesto.

Por otro lado, existen Leyes más específicas que se relacionan con la exportación de la costilla de cerdo congelada a Corea del Sur, las cuales se deben revisar paralelamente al conocer los requisitos de exportación.

Ley Federal de Sanidad Animal

La presente ley es de observancia general en todo el territorio nacional y tiene por objeto fijar las bases para el diagnóstico, la prevención, control y erradicación de las enfermedades y plagas de los animales, con excepción de los que tengan como hábitat el medio acuático además de ser la entidad que emite las certificaciones a los establecimientos de Tipo Inspección Federal (TIF)¹¹.

¹¹ Es un sistema que garantiza la inocuidad de los productos cárnicos elaborados en los establecimientos que ostentan la certificación TIF. Esta certificación permite la movilización dentro del país de una manera más fácil ya que cuenta con la garantía de calidad sanitaria con la que fue elaborado el producto. Abre la posibilidad del comercio internacional, "ya que los establecimientos TIF son los únicos elegibles para exportar, ya que se apegan a normas nacionales e internacionales de sanidad e higiene"¹¹. Entre las normas nacionales a las que se debe apegar son la NOM-008ZOO-1994 y NOM-009-ZOO-1994., las cuales marcan la pauta para construir y equipar los establecimientos y procesar la carne.

Ley de Organizaciones Ganaderas.

Esta Ley promueve y fomenta entre sus asociados la adopción de tecnologías adecuadas para el desarrollo sustentable y sostenible y la explotación racional de las diversas especies ganaderas. Promueve además, las cadenas de producción-proceso comercialización. Entre otras facultades, propone la elaboración de Normas Oficiales en materias de producción ganadera y salud animal.

Ley de Asociaciones Ganaderas.

Esta Ley como su nombre lo dice, regula la actividad de las Asociaciones Ganaderas, las cuales se definen como aquellas que son constituidas por ganaderos del país, para propugnar por el mejoramiento de la ganadería de la República y para la protección de los intereses económicos de sus asociados. Además regulariza la producción y estudia y gestiona todas las medidas que promuevan el mejoramiento de la ganadería.

Ley Federal sobre Metrología y Normalización

Esta Ley es importante porque establece el Sistema general de Unidades de Medida, además la obligatoriedad de la medición en transacciones comerciales y de indicar el contenido neto en los productos envasados entre otros lineamientos relacionados con Organismos de Certificación, Laboratorios de Pruebas , Comisión Nacional de Certificación. Regula el procedimiento para la emisión de Normas Oficiales”¹².

¹² Ley Federal sobre Metrología y Normalización. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/doc/130.doc>
Información encontrada el 23 de Septiembre del 2006.

Por otro lado, también se debe conocer que entidades del Gobierno aplican las Leyes relacionadas con la actividad exportadora. Estas Secretarías son las que emiten los permisos, los certificados y registran la actividad de exportación.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

Tiene como función principal, la proyección y planeación del desarrollo nacional y Ejerce el control presupuestal del País y es quien a través del Servicio de Administración Tributaria (como órgano desconcentrado) aplica la Legislación Fiscal y Aduanera con el fin de que los contribuyentes cumplan con disposiciones tributarias y aduaneras. Este órgano emite los requisitos y las disposiciones legales para darse de alta como exportador, entre otras funciones como el acreditar a personas o empresas en actividades empresariales, o prestadores de servicios para el pago de los impuestos correspondientes.

Secretaría de Economía (SE).

La Ley de Comercio Exterior atribuye la rectoría del comercio exterior a la Secretaría de Economía, por lo que es la encargada de coordinar la participación de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y de los Gobiernos de los Estados en las actividades de promoción del comercio exterior y al mismo tiempo otorga la certeza jurídica. La SE cuenta con amplia información sobre inversión extranjera directa, negociaciones internacionales, Tratados de Libre Comercio entre otros aspecto sobre comercio exterior. Por otro lado, emite permisos de exportación, Certificados de Origen, noticias sobre cupos de importación y de exportación, emite información sobre programas de importación temporal para la exportación, así como programas de fomento a la exportación mediante diversos mecanismos.

Secretaría de Agricultura, Ganadería Desarrollo Rural Pesca y Alimentación (SAGARPA).

Es la entidad gubernamental que apoya el desarrollo del sector agroalimentario y que la producción del sector. De las diferentes facultades que esta Secretaría tiene (a través de sus diferentes Sub-direcciones), está el de otorgar la aceptación de una Organización ganadera, emisión de permisos relacionados con la explotación y la producción agroalimentaria, certifica los establecimientos de Tipo Inspección Federal, así como la emisión del Certificado Zoosanitario de Exportación para productos y subproductos de origen animal".¹³ También se puede consultar información importante del sector como precios promedio de la carne de cerdo, niveles de producción, consulta de Normas Oficiales Mexicanas relacionadas etc.

4.3 Formas de Pago Internacional.

Finalmente se tiene que considerar las modalidades de pago internacional más utilizadas y seguras. El proceso de exportación culmina cuando se realiza el pago de la mercancía, pero esta situación puede variar dependiendo de la negociación que se tenga, ya que los pagos de nuestra mercancía se pueden negociar mediante anticipos, crédito, o a través de un solo pago, cuando los documentos de embarque ya están listos y comprueban que la mercancía ha salido del puerto de origen.

Cobranza Abierta

Por cobranza abierta entendemos el método tradicional de cobrar: Ir a las instalaciones del comprador el día acordado en el horario acordado a recoger el cheque correspondiente.

Hablando de negocios internacionales este método no es el más adecuado. Si se cuenta con un representante en el país destino éste podría realizar dicha labor, sin embargo él deberá realizar el envío posterior del cheque. Únicamente si se cuenta con oficinas en el exterior podemos considerar esta opción.

¹³ SAGARPA. <http://www.sagarpa.gob.mx/servicios/>

Giros Bancarios

Los giros bancarios se realizan a través de cheques compensables en el país al cual se envían y los bancos cuentan con disponibilidad en las principales divisas.

Estas tarifas pueden variar según el banco o casa de cambio y de acuerdo a la frecuencia de las operaciones.

Carta de Crédito

Es el mecanismo de cobro mas seguro por su carácter de irrevocable y por contar con el aval del Banco emisor, pudiéndose hacer efectiva una vez cumplidas las condiciones impuestas en la misma.

Previo apertura de la Carta de Crédito, el Importador (comprador) y el Exportador (vendedor) deben firmar un acuerdo comercial como puede ser:

- Contrato Comercial
- Factura pro forma
- Contrato informal

Recomendación: Al recibir la Carta de Crédito, el vendedor deberá leer detenidamente las cláusulas y si éstas son coincidentes con el "contrato de compra venta", ya que ante el menor incumplimiento perderá todo derecho de cobro.

Costo

Las comisiones varían en función al banco receptor y emisor, las operaciones por montos reducidos deben tener en cuenta las comisiones mínimas. El exportador debe tomar en cuenta la comisión por notificación, confirmación y utilización, o según negociación.

Generalmente el comprador paga la apertura, utilización y diferimiento del pago post embarque.

Requisitos

- Contrato de apertura de crédito documentario y un instrumento de protección contra riesgos cambiarios.
- Tener línea de crédito o autorización especial de línea de crédito.
- Firmar un pagaré.
- Presentar orden de compra, pedido o factura pro forma o contrato de compra-venta.

Información necesaria para su apertura:

- Emitir la carta de crédito a favor de: (Razón social de la empresa, dirección y RFC, en su caso)
- La carta de crédito debe ser **irrevocable**.
- La carta de crédito debe estar **confirmada** por: (Banco receptor, dirección, At'n: a, swift ó ABA)
- El giro de la carta de crédito debe ser pagado 100% a la vista o negociar términos del pago.
- Términos del embarque (incoterm)
- Documentos requeridos, como: factura comercial o Conocimiento de embarque consignado al banco emisor, individuo o agente

- Se recomienda que las cartas de crédito permitan un mínimo de 21 días después de la emisión de los documentos de transporte para la presentación de documentos en el mostrador del banco negociador.
- Condiciones Especiales: Ej. Envíos parciales
- Cargos bancarios: Según negociación. Ej. Todos los cargos, exceptuando los cargos del banco receptor, corren por cuenta del comprador/solicitante.

En términos generales el procedimiento es el siguiente¹⁴:

- El comprador va a su banco y solicita la emisión de una carta de crédito a favor del banco corresponsal seleccionado por el vendedor.
- El comprador da la información al banco de las condiciones que se deben de cubrir para poder realizar el pago. Estas son las establecidas en el contrato de compra - venta.
- El banco emisor le manda al banco corresponsal la carta de crédito, en la cuál se garantiza el pago.
- El banco receptor notifica a su cliente y éste acepta los términos y condiciones.
- Banco emisor notifica al comprador cuando llega la solicitud de cobro y éste da la instrucción de pago, si la mercancía llegó de acuerdo a las condiciones pactadas.
- El banco realiza el pago.

Una carta de crédito puede servir como medio de financiamiento, cuando el vendedor solicita su pago y el comprador no está en condiciones de hacerlo, entonces el Banco lo paga y le cobra una comisión por los días que lo está financiando.

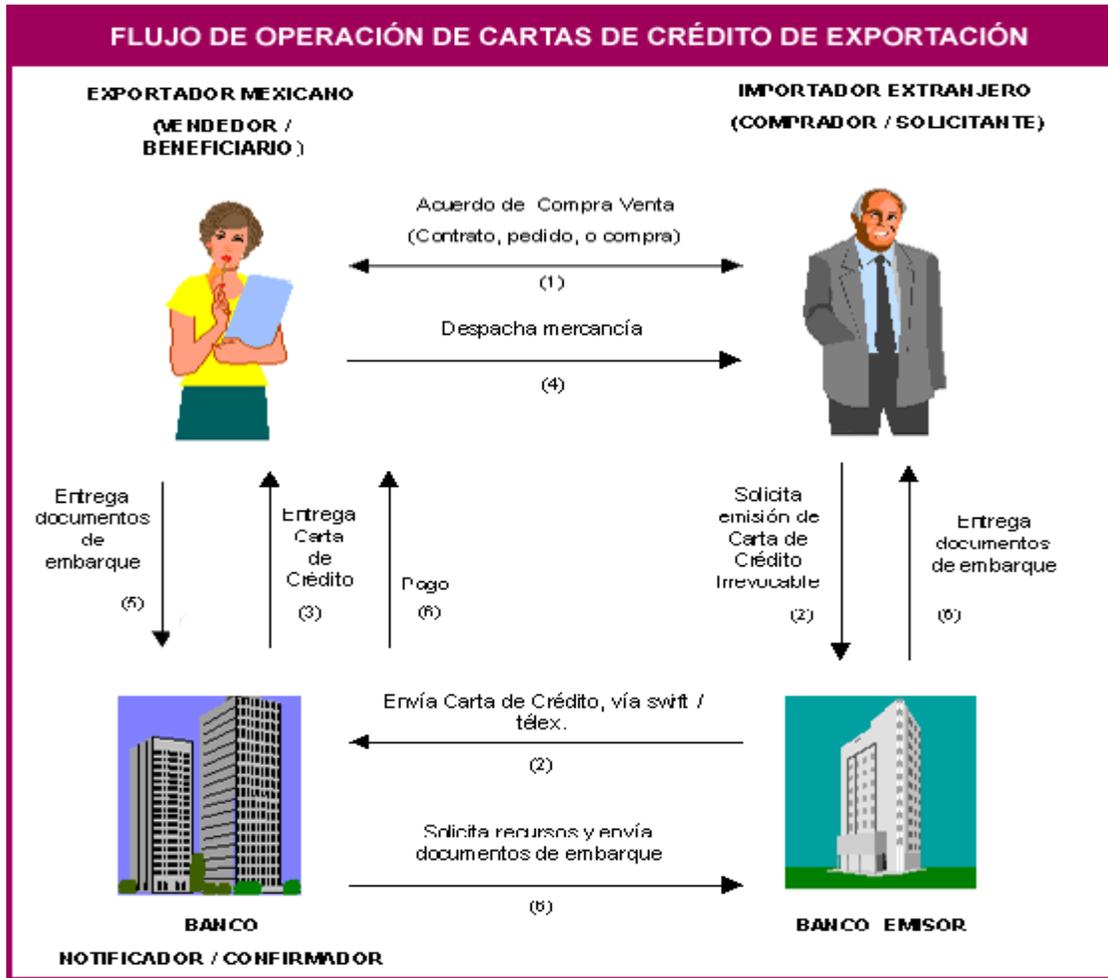
Las “carta de crédito *irrevocable*, es cuando el banco emisor se compromete en forma total y definitiva a pagar, aceptar, negociar o cumplir con los pagos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con todos los términos y

¹⁴ Banco Nacional de Comercio Exterior.

<http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=3&category=582&document=1298> Información obtenida en Internet el 15 de noviembre del 2006.

condiciones”¹⁵. La única forma de cancelarlos o modificarlos es cuando todas las partes que intervienen en la operación expresan su consentimiento para ese efecto. Esta es la forma de pago o de cobro más utilizada.

Figura 4.3.1



Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior. www.bancomext.com Información encontrada el 19 de noviembre del 2006.

Transferencias bancarias

¹⁵ Secretaría de Economía. Guías Empresariales para pequeñas y medianas empresas. <http://www.pymes.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=36> Información obtenida en internet el 14 de noviembre del 2006.

La transferencia bancaria o wire transfer, es el método más sencillo y más utilizado para realizar un pago internacional y por lo general se realiza contra entrega de la mercancía o según la negociación entre el comprador y el vendedor.

Únicamente es necesario solicitar a tu banco el depósito con los siguientes datos:

- Divisa
- Banco
- Código Swift o ABA number: (clave de enrutamiento para bancos a nivel internacional)
- Beneficiario
- No de cuenta
- Referencia

Dentro de las negociaciones que se pueden hacer, la más común es el pago del 100% del importe a “n” días (8, 15, 30, etc.) de la entrega.

Sin embargo existen convenios como:

- Pago del 70% al recibir y 30% después de la revisión de los productos. Esto se utiliza para asegurarse de que los productos tienen las características y calidad convenidas y de no ser así poder realizar los descuentos correspondientes, mejor conocidos como *Charge backs*.
- 50% al hacer el pedido y 50% contra entrega.

No importa que negociación hagas, las transferencias bancarias son un simple depósito que se puede hacer en cualquier momento. Actualmente la mayoría de los bancos americanos cobran una comisión de \$30.00 USD, que por lo general paga el comprador.

Orden de Pago.

La orden de pago funciona muy similar a la transferencia bancaria, sin embargo se usa cuando la persona física o moral no tiene cuenta en el banco emisor.

El procedimiento es realizar un depósito en ventanilla, se recibe un número de folio de la transacción y el beneficiario recibe el depósito en su cuenta bancaria.

Este procedimiento rara vez es utilizado, se puede recomendar cuando el banco del exportador y el de la contraparte no tengan convenios y se dificulte la transferencia.

CONCLUSIONES

La investigación nos muestra que en los últimos años el comercio de carne de cerdo ha aumentado de manera muy importante y que la tendencia continua a la alza, ya que tan solo en el 2006 fueron pronosticadas "97.2 millones de toneladas "en la producción mundial de la misma. Un factor que ha promovido en gran medida es esta tendencia se centra en las restricciones zoonosanitarias en contra de la carne de res y la carne de pollo.

Como resultado de lo anterior, las exportaciones de este producto también han aumentado, lo que ha originado mayor competencia por acaparar el mercado. En este aspecto, pareciera que los principales exportadores están distribuidos estratégicamente, ya que Estados Unidos y la Unión Europea están al frente como principales exportadores, mientras que Canadá, Brasil China y Chile compiten de manera muy activa por mantener su posición y aumentar sus niveles de producción. Este panorama nos demuestra que existe una competencia muy intensa en este sector, sin que esto afecte las posibilidades de que en México se pueda ingresar de manera mas activa al mercado internacional de carne de cerdo. El caso de Corea es muy concreto, ya que no figura en el ranking y se perfila más bien como un comprador potencial del producto.

Los principales importadores de carne de cerdo son Japón y Rusia, pero en esta lista también figura México y Corea del Sur. Esto es un hecho que puede parecer contradictorio, ya que en teoría no se puede pretender exportar si no se puede cubrir con la demanda interna. En la realidad es no es así, ya que Corea no puede desarrollar proyectos de producción porcícola que pueden atender la totalidad de su demanda, en virtud de que sus

dimensiones territoriales no se lo permiten, mientras que México, cuenta con las condiciones territoriales y climáticas para poder promover este sector, por lo que más bien representa un nicho de mercado que aun no ha sido explotado.

Por otra parte, Corea del Sur se ha integrado rápidamente a la economía del mercado, pese a tener solo dos Tratados de Libre Comercio firmados, uno con Singapur y otro con Chile; además de estar en negociación con Estados Unidos para la firma de uno más. En este sentido, El Departamento de agricultura de Canadá, Corea está catalogado con la décima economía del mundo, por lo que ostenta un mercado dinámico y altamente potencial. . El mismo estudio, afirma que este país importa del 60-70 % de sus alimentos.

De acuerdo a los datos del World Factbook, Corea del Sur tiene un mercado con una población de aproximadamente “48 millones de habitantes que los cuales cuentan con un ingreso per cápita de 20,400 dólares anuales, el doble de ingreso que en México, y que además gustan de la carne de cerdo y en especial de la costilla, que forma parte de diversos platillos

En la actualidad, el principal proveedor de carne de cerdo es Estados Unidos, Canadá y Chile que rápidamente se está posicionando debido al Tratado de Libre Comercio que ambos países ostentan, sin embargo, esto no es un impedimento para ingresar a este mercado por el simple hecho que Estados Unidos y Canadá sin tener Tratado de Libre Comercio son los principales proveedores de este producto, cuya estrategia pueden enfocarse a la eficiencia en los costos de producción, para poder competir con la ventaja que Chile tiene.

En este sentido, los canales de distribución forman un papel crucial. Actualmente las cadenas de Hipermercados, los Hoteles y Restaurantes son canales de mercado ideales para ofrecer el producto, sin embargo todavía existe el intermediario tradicional que distribuye el producto a los pequeños mercados locales. Otro canal ideal son las Ferias Internacionales de Alimentos que se celebran en Corea anualmente, los cuales proponen diferentes oportunidades de ofrecer y negociar el producto.

Estudiar el mercado es muy importante, pero es indispensable conocer los requisitos y el procedimiento de importación. En este sentido, los documentos necesarios y básicos para importar el producto son la factura comercial, los documentos de embarque, y los certificados de calidad que las entidades correspondientes soliciten entre otras.

También es necesario establecer una continua comunicación entre el vendedor y el comprador para evitar retrasos en el proceso y en la liberación final del embarque en Aduana.

Aunque los requisitos de exportación no difieren demasiado de los de importación, es importante que el vendedor ponga especial cuidado para que el proceso no tenga problemas por falta de documentación. En México este proceso está regulado por diversas instituciones, leyes y reglamentos que si siguen fielmente pueden asegurar una transacción exitosa, lo que incluye las modalidades de pago.

En este aspecto los pagos Internacionales, son mas seguros y mas rápidos. Los más comunes en operaciones de Comercio Exterior son las cartas de crédito irrevocables, los

giros bancarios (los cuales se hacen parcialmente una vez que se tienen los documentos de embarque), entre otros. Sin embargo depende de las necesidades y tipo de transacción.

Finalmente la decisión de exportar o no depende de varios factores, tantos técnicos, de operación, de la capacidad de producción, etc.; pero sobre todo, de la liquidez y solvencia para cubrir los gastos en los que se incurren antes de exportar.

En este sentido, el financiamiento es una alternativa clave para realización de proyectos productivos. Actualmente se puede obtener financiamiento de la banca pública y privada: inclusive a través de la banca internacional si se cuenta con un proyecto de producción viable y bien estructurado.

El costo del dinero varia pero la tendencia en los últimos años respecto al costo del dinero a partir del año 2000 tuvo una baja considerable, sin embargo la economía mostró cierto desequilibrio y las principales tasas de interés mundiales como son la LIBOR de Inglaterra y la PRIME de Estados Unidos aumentaron en el 2005.. Lo anterior nos obliga a ser muy cautelosos con el financiamiento, aunque no podemos negar que es una herramienta útil para cualquier proyecto de producción con enfoque de exportación y lo podemos utilizar a nuestro favor.

ANEXO I

Establecimientos TIF autorizados para exportar productos cárnicos a Corea del Sur.

No.	TIF No.	Razón Social	Dirección	Actividad Autorizada	Fecha Autorización
1	15	Empacadora Treviño, S.A. de C.V.	Av. General Miguel Barragán No. 663 Pte. Col. Industrial, 64440, Monterrey, N.L.	S/P/F(CB/CP)	01/09/02
2	51	Frigorífico y Empacadora de Tabasco S.A. De C.V.	Av. Adolfo Ruiz Cortines No. 2223, Villahermosa, Tab. C.P 86100	S/P/F(CB)	30/04/02
3	57	Sonora Agropecuaria S.A. de C.V.	Carretera México-Nogales, Km.1778, 85800 Navojoa, Sonora	P/F(CB/CP)	01/09/02
4	62	Carnes Genpro S.A. de C.V.	Periférico Ote. S/N, Zona Industrial Sur, Hermosillo, Sonora, 83190	S/P/F(CB/CP)	01/09/02
5	66	Frigorífico Agropecuaria Sonorense, S. de R.L. de C.V.	Calle de la Planta S/N, casi Esq. Con Carr. A la Colorada Km.4.5, Parque Industrial, 83299, Hermosillo, Son.	S/P/F (CP)	11/12/02
6	67	Alimentos Grole, S.A. de C.V.	Calle Base y Canal Alto Predio Santa Rosa, Cd. Obregón, Son. 85000	S/P/F(CB/CP)	01/09/02
7	74	Frigorífico KOWI, S.A. De C.V.	Carr. Internacional México - Nogales Km.1178, 85800, Navojoa, Son.	S/P/F (CP)	11/12/02
8	81	Empresas Pecuarias Mexicanas, S.A. de C.V.	Carretera a la Mesa, El Seri, Km. 4.5, 83000, Hermosillo, Sonora	S/P/F(CB/CP)	01/09/02
9	95	Unión Sanitaria de Productos Alimenticios S.A. de C.V.	J.M Salvatierra #17538, Fracc. Garita de Otay, Tijuana, B.C., 22500	P(CB/CP)	01/09/02
10	114	Trosi de Carnes S.A. de C.V.	Tercera Pte. 304, Parque Industrial Monterrey, 66600, Apodaca, N.L.	P(CB/CP)	01/09/02
11	118	Cortes y Procesos de Carne de Sonora, S.A. de C.V.	Calle de los Taraumaras s/n, Parque Industrial,	P/F(CB/CP)	01/09/02

			83206, Hermosillo, Sonora		
12	135	Carnes Muma Impulsora de Bienes Alameda, S.A. de C.V.	Aurelio Anaya No.250 Zona Industrial, 27019, Torreón, Coah.	P (CP)	11/12/02
13	142	RYC Alimentos, S.A. de C.V.	Prolongación 27, Norte No. 10262, Parque Industrial 5 de Mayo, 72019, Puebla, Pue.	P(CB/CP)	01/09/02
14	148	Frigorífico Agropecuaria Sonorense, S. De R.L. de C.V.	Calle de la plata S/N, casi Esq. Carr. A la Colorada, 83299, Hermosillo, Son.	P/F (CP y CB)	11/12/02
15	152	Grupo Porcícola Mexicano, S.A. de C.V.	Km.3.5 Carr. Uman-Chochola, 97390, Uman, Yuc.	S/P/F (CP y CB)	11/12/02
16	177	Internacional de Alimentos Mexicanos, S.A. de C.V.	Vía a Matamoros No.780, Col. Garza Cantú, 64480, San Nicolás de los Garzas, Nuevo León	P(CB)	26/04/02
17	227	Granjas Ojai, S.A. de C.V.	Miguel Alemán No. 558, Sur Altos, Despacho 4, Cd. Obregón, Sonora	S/P/F(CP)	01/09/02
18	237	Productos Alimenticios Tía Lencha S.A. de C.V.	Zaragoza No. 206, Cienega de Flores, 65550, Monterrey, N.L.	P(CB/CP)	01/09/02
19	277	Yoreme Cortes y Procesos	Blvd. Circunvalación No.1049 Sur, Parque Industrial, C.P.85060, Cd. Obregón, Son.	P/F (PC y PB)	11/12/02

S: Sacrificio	
P: Proceso (corte y deshuese)	CB: Carne Bovina
F: Frigorífico	CP: Carne Porcina

Fuente: SAGARPA

www.senasica.sagarpa.gob.mx Información encontrada en internet el 22 de septiembre de 2006.

ANEXO II

Costo del financiamiento bancario.

Productos: Crédito bancario.

Nombre del Banco: Banorte.

PRODUCTO: AGROACTIVO

MONTO DE CREDITO 2,000,000 DE PESOS.

PLAZO DEL PAGO: CUATRO AÑOS.

	CONCEPTO	% ANUAL
+1.	Importe de TIE nominal	7.30%
+2.	Importe Adicional por Inflación	4.29%
+3.	Importe de la comisión del Banco.	2.00%
+4.	Importe de los gastos por apertura de crédito.	4.00%
+5	Importe de los impuestos sobre el crédito	2.00%
+6	Importe de la obligación por reciprocidad.	0.70%
+7	Importe del manejo de las garantías.	0.50%
+8	Otros gastos ocasionados por el crédito	0.50%
=9	Suma de los costos del crédito bancario.	21.29%
x10	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	15.00%
=11	Costo Total del Crédito Bancario	24.48%

Fuente: Indicadores económicos obtenidos del Banco de México.

Página web: <http://banxico.org.mx/>

FUENTES DE CONSULTA.

1. Bhagwati, Jagdish. En defensa de la globalización. Mc Graw Hill, España: Arena, c2005.
2. Colaicovo, Juan Luis. Comercio Internacional y Desarrollo de Exportaciones. Argentina: Macchi, c1996.
3. Chabert Joan. Manual de Comercio Exterior. Barcelona: Gestion, c2000. 272 pp.
4. Flores, Paredes Joaquín. El contexto del Comercio Exterior de México. Retos y Oportunidades en el mercado global. Mexico, UNAM. c2001
5. Harvie, Charles et al. Korea's Economic miracle : Fading or reviving. Nueva York: Palgrave Macmillan, c2003.
6. Il, Sa-Kong. Major Issues for the Global Trade and Financial system; Seoul Global Trade forum. Seoul: Institute for Global Economics. C1996.
7. López, Olguín Manuel. Sistema financiero mexicano e internacional. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán. México, 2005. p.30.
8. Kim, S. Samuel. Korea's Globalization. Nueva York: Cambridge University Press, c2000.
9. Kleiner, Juergen. Korea, a century of change. Singapore: World Scientific Publishing, c2001.
10. Krugman, Obstfeld et al. Economía Internacional. Madrid, Prentice Hall, c1995.
11. Moreno, José María. Manual del Exportador; Teoría y Práctica Exportadora. Argentina 4ta. Ed. Macchi, c1993.
12. Newell, Frederick. Las nuevas reglas del marketing. México: Mc Graw Hill, c1998. 297 pp.
13. Samuelson Paul et al. Economía. México, 12 edición. Mc Graw Hill, c1987.
14. Song, Byung Nak. The raise of the korean economy. Segunda Edición. Hong Kong: Oxford University Press.

HEMEROGRAFÍA

15. Vaca, Rivera Rosa María. El ciclo exportador. Negocios Internacionales, año15, No. 168, C2006.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

16. Agri food Trade Services/ Canada
Market Information Asia Pacific/ Korea A/ G News 2005.
http://ats.agr.ca/asia/3877003_e.htm Información encontrada en Internet el 19 de octubre del 2006.

17. Agri-food Trade Services/ Canada.
Market Information Asia Pacific. Processed Meat
Opportunities, Strenghts and attractions of the Korean Market.
<http://ats.agr.ca/asia/e3123.htm> Información encontrada en Internet el 19 de octubre del 2006.

18. Avance de la producción de carne de cerdo por Estado en México.
www.porcicultura.com/estadisticas/?seccion=ver&estadistica=estad20-06

19. Balanza comercial de la Carne de cerdo en México de 2006.
www.porcicultura.com

20. Banco de Comercio Exterior.
www.bancomext.com.mx

21. Banco de México.
Comunicado de Prensa
24 febrero de 2006.
La Balanza de Pagos en 2005.
<http://www.banxico.org.mx/fBoletines/Boletines/calendario2006/24feb2006balpagos.pdf#search=%22balanza%20de%20pagos%20mexico%202005%22>
03 de octubre del 2006. 11:30 am

22. BANORTE
www.banorte.com.mx

23. Cámara Argentina de Comercio.
Informe Económico Corea del Sur,
Febrero del 2006
<http://www.cac.com.ar/documentos/COREA%20DEL%20SUR02-06.pdf>
encontrada en Internet el 02 de Noviembre de 2006

Información

24. Carne de Cerdo en Diferentes presentaciones

http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_carne_cerdo.pdf#search=%22presentacion%20de%20la%20costilla%20de%20cerdo%20congelada%22

24 de Septiembre de 2006 2.38 hrs pm

25. Food Safety and Inspection Service
United States Department of Agriculture
Washington, D.C. 20250-3700

“Presentación de la costilla de cerdo”.

http://www.fsis.usda.gov/OA/pubs/pork_sp.htm

24 de septiembre de 2006 2.13 hrs pm

26. International Meat Manual
US Meat Export Federation

Página web:

http://www.usmef.org/IMM/imm_pork/1_imm_pork_intro.pdf

http://www.usmef.org/IMM/imm_pork/4_imm_pork_belly.pdf

Información encontrada el 24 de Septiembre del 2006 1.58 hrs

27. Korean Food and Drug Administration.

www.kfda.or.kr

28. Korea Republic of
HRI Food Service Sector
Semi-annual Report
2005

USDA Foreign Agricultural Service

<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200502/146118825.pdf> Información encontrada en Internet
el 19 de octubre del 2006.

29. Korea, Republic of Livestock and poultry Products.
Semi annual Report, 2006.

USDA Foreign Agricultural Service.

<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200602/146176811.pdf>

30. Korea Livestock and Products Semi-Annual - February 2006

<http://www.thepigsite.com/articles/7/markets-and-economics/1574/korea-livestock-and-products-semiannual-february-2006>

31. Market Information

Asia Pacific. Agri-Food Past, Present & Future Report
South Korea July 2006

http://ats.agr.ca/asia/4209_e.htm

32. Livestock and Poultry: World Markets and Trade. Trade of red meats and Poultry Forecast strong among the major traders in 2006 despite Trade disease outbreaks and Trade restrictions. United States Department of Agriculture. Foreign Agricultural Services. Circular Series

DI& P 1-06, March 2006.

http://www.fas.usda.gov/dlp/circular/2005/05-11LP/dlp05_11LP.pdf

33. North America Meat processors Association

<http://www.namp.com/images/namp/Newsfax%2006.0811.pdf#search=%22pork%20cuts%20for%20export%22>

24 de septiembre de 2006. 2.30 hrs

34. Pérez, Espejo Rosario, Porcicultura Intensiva y Medio Ambiente en México; Situación Actual y Perspectivas.

Instituto de Investigaciones Económicas. Universidad Nacional Autónoma de México.

<http://www.cipav.org.co/cipav/conf/espejo.htm>

03 de octubre de 2006. 3.30 pm

35. Pork ribs, Selection and Preparation.

<http://www.virtualweberbullet.com/ribselect1.html#styles>

<http://www.virtualweberbullet.com/ribselect1.html>

24 de septiembre de 2006. 2.40 pm

36. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

www.sagarpa.com.mx

37. Secretaría de Relaciones Exteriores /Sección Inversión y Relaciones comerciales/ Datos Estadísticos.

<http://www.sre.gob.mx/corea/esp/comercioinversion/info%20general%20economia.htm>

38. Sitio Oficial del Gobierno de Corea del Sur.

www.korea.net

39. South Korea; Basic Information.

<http://www.ers.usda.gov/Briefing/SouthKorea/pork.htm>

40. The World Factbook.

South Korea

<https://www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/ks.html>

41. U.S Meat Export Federation.

<http://www.usmef.org>