



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DEL LIMÓN MEXICANO
DE LA COSTA DE COLIMA A CANADÁ.

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN RELACIONES
INTERNACIONALES
PRESENTA:
GLADIS SOLÍS CRUZ

ASESORA: MTRA. CLAUDIA MÁRQUEZ DÍAZ

JUNIO, 2007



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AL BUEN DIOS:

Por no abandonarme nunca ante la adversidad,
y no dejar apagar en mí el deseo de superarme;
dándome la fuerza para hacer realidad mis sueños.

A MIS PADRES:

Con inmenso cariño y profundo agradecimiento
a su apoyo incondicional. Por ese amor y aliento
en los momentos de incertidumbre. Por que con
sus consejos y sacrificios han animado cada
etapa de mi vida, hasta lograr hoy una de las
más importantes de mi vivir, ser una profesionalista.

Gracias Papá por tu bendita insistencia. Dios los
bendiga.

A MIS HERMANOS:

Por ser una parte fundamental e importante de mi
vida, por que juntos hemos superado pruebas que
sin nuestro amor como hermanos, difícilmente lo
hubiéramos podido hacer. Dios nos ha hecho
compartir buenos y malos momentos; doy gracias
por ello. Soy muy afortunada de tenerlos a mi lado.

A ti Liliana, quiero agradecer especialmente,
que desde mi niñez me hiciste saber con mucho
cariño que cuento contigo.

Tu apoyo ha sido piedra angular en el logro de esta
Meta

A ti Marco, por tu paciencia. Recuerda nunca te
des por vencido y lucha por lo que quieres.

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO Y EN ESPECIAL A LA FACULTAD
DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN:

Por brindarme la oportunidad de tener una carrera profesional.

A MIS PROFESORES:

Por su gran esfuerzo y dedicación en lograr la apertura de éste Seminario, con el objetivo de lograr que varios estudiantes pudiéramos ver conquistado el sueño de la Titulación. Por su gran paciencia y apoyo durante toda esta aventura llena de esfuerzos, desvelos y logros desde su principio hasta su fin.

Gracias a todos aquellos que a lo largo de nueve Semestres nos transmitieron su conocimiento y experiencia en la preparación diaria de un profesionista.

A MIS AMIGOS:

Marisol y Oscar:

Por su entrañable amistad, cariño y apoyo; sobretodo por que nunca han dejado de creer en mi; sus palabras de aliento jamás me han faltado, ni su ayuda incondicional. Siempre a mi lado en los buenos y malos momentos. Esto hace de su presencia en mi vida una de las mejores bendiciones que poseo.

Así mismo hago extensivo el agradecimiento a mis compañeros y amigos del seminario por su apoyo; Norma, Judith, Beatriz, a todos
GRACIAS.

ÍNDICE

	PÁG
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. EL MERCADO MUNDIAL DEL LIMÓN	4
1.1 El comercio Internacional	5
1.2 El comercio Internacional de productos agrícolas	10
1.3 El comercio Internacional del limón	15
1.3.1 Principales países productores de limón	19
1.3.2 Principales países importadores de limón	25
CAPÍTULO 2. EL LIMÓN MEXICANO DE EXPORTACIÓN	28
2.1 El limón mexicano, su cultivo y su cosecha	29
2.2 Empaque y embalaje	42
2.3 Clasificación arancelaria	48
CAPÍTULO 3. PROYECTO DE EXPORTACIÓN DEL LIMÓN MEXICANO A CANADÁ.	51
3.1 El mercado meta	52
3.1.1 Regulaciones no arancelarias, normas y control de calidad en el mercado meta	59
3.1.2 Características de los consumidores	66
3.2 Selección del nicho de mercado	68
3.3 Análisis de la competencia	70
3.4 Una oferta exportable (estrategia de comercialización)	71
3.5 Negociación de compra-venta	73
3.6 Canal de distribución internacional	76
3.7 Presentación, empaque y embalaje final	82
3.8 Logística de exportación	84
CAPÍTULO 4. MARCO LEGAL Y APOYOS FINANCIEROS	92
4.1 El sistema aduanero mexicano y el marco legal de la exportación	93
4.2 Apoyos económicos a la exportación	99
4.2.1 Tasas de interés nacionales e internacionales	109
4.2.2 Programas de Fomento a la exportación	117
CONCLUSIONES	125
FUENTES	129

INTRODUCCIÓN

Ha sido solo a través de la apertura comercial que se comenzó a vivir después de la posguerra de los años cuarentas, que se ha buscado tener un comercio más justo mediante la celebración de diversos acuerdos en materia comercial promovidos por los diferentes organismos internacionales, como la Organización de Naciones Unidas (ONU), que dio origen al único instrumento de regulación de intercambio internacional conocido como Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Aunque los resultados no han sido inmediatos, no fue hasta el Acuerdo de Marrakech que se dio origen a la Organización Mundial de Comercio (OMC), como un organismo incluyente mediante la eliminación de barreras que obstaculicen el comercio internacional, asumiendo a su vez compromisos y concesiones los países miembro. Comenzando a vivirse en el ámbito internacional el término de la Globalización.

Uno de los sectores productivos de gran importancia en el comercio internacional es sin duda la agricultura, sin embargo ha sido uno de los temas que más se han castigado en las diversas reuniones, cumbres y rondas comerciales promovidos por el GATT en la comunidad internacional. No es sino hasta la celebración de las negociaciones en Punta del Este que se obtuvo un régimen más favorable para los productos tropicales, al tratarse por primera vez este tema al firmarse el Acuerdo sobre Agricultura.

Los principales países proveedores de frutas y verduras a nivel mundial, en mayor medida están conformados por países subdesarrollados, de los cuales gran parte de sus exportaciones se encuentra basada en este tipo de productos. Teniendo que hacer frente a los subsidios internos de los países desarrollados que provocan el que no sea fácil ingresar con un buen nivel competitivo y por lo tanto sean desplazados de manera sistemática de los mercados.

Este tipo de prácticas ha generado que diversas economías del sector agropecuario se organicen para hacer frente a este tipo de políticas.

La comercialización de productos agrícolas es una importante fuente de divisas para México, dentro de los cuales, los cítricos son una de las frutas de mayor comercialización a nivel mundial; después de la naranja el limón es el segundo en nivel de importancia en el gusto de los consumidores. Dentro de las variedades de limón de mayor comercialización que se cultivan en el mundo, el limón mexicano o *Citrus aurantifolia* swingle tiene como principal productor y proveedor a México. Aunque el cultivo de los agrios está a la vez disperso y relativamente concentrado, pues su presencia se encuentra en los cinco continentes.

En la actualidad el limón mexicano es una de las pocas frutas que se pueden comercializar de forma integral, tanto en fresco del cual se obtiene principalmente el aceite esencial, jugo y cáscara, así como en forma industrializada. La principal zona productora se encuentra en la Costa del Pacífico pues las condiciones más favorables para su crecimiento y producción son los climas cálidos, siendo Colima el estado que se distingue por su amplia participación en el cultivo de esta variedad.

Canadá es uno de los países que se encuentra inhabilitado para producir gran variedad de frutas y verduras, debido a su clima, viéndose en la necesidad de importar un considerable porcentaje de productos frescos, por lo tanto, tendrá buena aceptación el limón mexicano (*Citrus aurantifolia* swingle) en el mercado canadiense por ser una fruta con la característica de ser aprovechada de forma integral.

La economía canadiense es una de las más prosperas a nivel mundial. Con un Producto Interno Bruto (PIB) a la alza, este país cuenta con el suficiente poder de compra y de fuerza económica para comercializar productos importados.

Después de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), México ocupa un lugar dentro de los principales socios comerciales de este país y aunque su volumen de participación no es muy grande, su ubicación geográfica lo posiciona frente a la competencia europea.

Ontario, es una de las provincias más destacadas al ser el centro financiero del país y con mayor número de población y de inmigrantes en Canadá, por lo tanto un importante nicho de mercado para la expansión de productos mexicanos.

Al ingresar a este mercado es recomendable que el exportador mexicano atienda y se apegue adecuadamente a las normas y leyes que emite el Gobierno Canadiense para cumplir con los mínimos requeridos en relación al tipo de mercancía y lograr una operación libre de contratiempos. Además de escoger el canal de distribución más adecuado, así como la negociación de compra-venta que más le convenga para sus productos.

Para el trámite de exportación se debe observar las demás leyes que regulan el comercio exterior mexicano, que se encuentran en la Ley Aduanera, la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación (LIGIE), la Ley de Comercio Exterior (LC), el Código Fiscal de la Federación (CFF), que en su conjunto, regulan y promueven tanto la entrada como la salida del territorio nacional de mercancías. Así como las Leyes que permiten el comercio y la movilización internacional de productos bajo un mínimo de riesgo para la salud humana .

A parte de cumplir con todo tipo de requisitos al comercio exterior, el importador o exportador según sea el caso, debe contar con apoyos financieros a través del Sistema Financiero Mexicano como es la Banca Múltiple y de Desarrollo, al ser uno de los elementos de mayor importancia para mejorar la posición competitiva de un producto en el mercado mundial. Así como el estudio de las diferentes tasas de interés tanto nacionales como internacionales, que le sean más convenientes.

CAPÍTULO 1

EL MERCADO MUNDIAL DEL LIMÓN

El comercio internacional después de la posguerra ya no se miró igual. Cambió sus lineamientos para dirigirse hacia un comercio más incluyente donde la eliminación a las barreras comerciales y la reducción arancelaria fueron la base para acceder al mercado internacional.

La celebración de conferencias en materia comercial, así como las diversas rondas de negociaciones comerciales multilaterales que se han celebrado desde el término de la Segunda Guerra Mundial a la fecha, han sido de gran importancia para el logro de la apertura comercial, pues es a través de los diversos foros que los países buscan establecer acuerdos conforme a sus intereses frente a la comunidad internacional, tratando de buscar un comercio más justo.

Para los países en desarrollo no ha sido fácil llegar a un consenso frente a los países desarrollados, pues al ser la agricultura el principal sector de sus exportaciones, han tenido que enfrentarse a los fuertes subsidios que estos países otorgan al campo, así como a sus políticas proteccionistas; lo que limita el acceso de sus productos y que los lleva perder competitividad en el mercado internacional.

Dentro de los productos agrícolas, los cítricos son una de las frutas de mayor comercialización a nivel mundial y es el limón el segundo en importancia después de la naranja tanto por su consumo en fresco como por sus diversos usos industriales registrando un fuerte incremento en la producción mundial síntoma de la importancia que ha tomado en la preferencia de los consumidores al presentarse como un importante mercado en expansión al hacerse más productivo el sector y contribuir con la entrada de divisas.

1.1 El Comercio Internacional

Al término de la Segunda Guerra Mundial, el sistema monetario internacional dejó de regirse por el patrón oro para comenzar a dirigirse por los requerimientos del comercio internacional; lo anterior señalado en los acuerdos de Bretton Woods en 1944, que dieron origen al Fondo Monetario Internacional (FMI) y al Banco Mundial (BM). El primero se concibió como un banco central global, que otorgaría créditos como medio para incrementar la liquidez mundial y dar continuidad a los pagos internacionales facilitando así el comercio. El Banco Mundial por su parte, se concibió como un banco de fomento. A base de sus créditos se buscaba promover el desarrollo.¹

Por otro lado, las Naciones Unidas también se encontraban en la búsqueda de fomentar el comercio. Así en 1947, convoca a una Conferencia Internacional sobre Comercio y Empleo; cuyos acuerdos se establecen en la “Carta de la Habana, para una Organización Internacional de Comercio”. Esta Carta resultó ser de gran relevancia, pues en siete meses 23 países disminuyeron sus aranceles sobre un volumen de intercambio que representó la mitad del comercio internacional, lo que originó que estos países pusieran en marcha una parte de la Carta antes de que dicha Conferencia terminara.

Esta parte de la Carta toma el nombre de Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT); emergiendo como el único instrumento de regulación de los intercambios mundiales, pues la Carta de la Habana fracasó.

La búsqueda de un bienestar común llevó a las economías a liberalizar el comercio mundial y darle una base estable. Bajo este esquema en 1947 se instituye el GATT, como un conjunto de normas que rigen el comercio

¹ Mantey de Anguiano, Guadalupe, “La Inequidad del Sistema Monetario Internacional y el carácter político de la deuda del Tercer Mundo”, UNAM, 1ª edición, México, 1989, p. 29

internacional. Su labor ha consistido en la orientación y minoración de las tarifas arancelarias y las políticas aduaneras a nivel mundial, así como erradicar las prácticas restrictivas de la competencia. Esta labor se realiza bajo ciertos fundamentos específicos, tales como la cláusula de “tratamiento nacional” para evitar la discriminación, o la cláusula de “nación más favorecida”, o el requerimiento de que las medidas protectoras del comercio sean adoptadas por medio de tarifas aduaneras y no de cuotas o mecanismos similares.

Es mediante las diversas rondas de negociaciones comerciales multilaterales que el GATT ha celebrado desde su creación, en las cuales se ha buscado incrementar el comercio mundial bajo los lineamientos antes mencionados.² Estas son, Ginebra (1947) se realiza la firma del acuerdo; Annecy (1947); Torquay (1951); Ginebra (1956); Ronda Dillon (1961), los resultados de esta ronda son más importantes en el área política que en el área arancelaria; Ronda Kennedy (1967), se intenta liberalizar los intercambios agrícolas y tomar en consideración las necesidades de los países en desarrollo; Ronda Tokio (1973-1979), se hace una revisión de los acuerdos originales firmados en 1948 de tal forma que se ajustaran a la situación imperante de los años ochenta. En esta ronda salieron importantes reducciones arancelarias y para los países en desarrollo se obtuvo un régimen más favorable para los productos tropicales; la Ronda Uruguay (1986-1994), se inició con la llamada Declaración de Punta del Este; extendiendo su ámbito de aplicación a nuevas áreas del comercio internacional, como la agricultura, los textiles, las medidas de inversión, los servicios y la propiedad intelectual, por lo que se convirtió en la ronda más ambiciosa en la historia del GATT.

Entre los compromisos que se adquirieron en esta ronda fueron la reducción de aranceles, para los países desarrollados un 40% en un periodo de cinco años

² Witker, Jorge, Hernández, Laura, “Régimen jurídico del comercio exterior de México”, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 2ª edición, México, 2002, p. 63

para los productos industriales y de seis para los productos agrícolas. Para los países en desarrollo en un 30% en un plazo de cinco años para productos industriales y en 10% para los agrícolas. Así como un compromiso político por parte de los países participantes en no adoptar nuevas políticas proteccionistas.³

En 1986 se dio comienzo a una larga serie de negociaciones realizadas por 15 grupos de trabajo los cuales fueron reducidos a cuatro en 1992. Para entonces la Secretaría del GATT en 1991 ya había redactado un proyecto de documento síntesis, conocido como documento Dunkel, que sirvió como base para concluir las negociaciones finales.

El trabajo de los cuatro grupos se prolonga hasta 1994 que termina con el Acta Final. Es así que el 15 de abril de ese mismo año, en Marrakech, Marruecos se da inicio a una nueva etapa en las relaciones comerciales internacionales con la firma del Acta Final, la cual significa la conclusión de las negociaciones de la Ronda e integra los resultados de la misma ratificada por ciento once gobiernos.

El Acuerdo de Marrakech es el resultado más importante de las negociaciones iniciadas en Punta del Este. Este acuerdo da lugar al nacimiento de un nuevo sistema mundial de comercio más definido y mejor estructurado que reitera los objetivos acordados al inicio del GATT.⁴ Es así como surge la Organización Mundial de Comercio (cuyas siglas en inglés es WTO y en castellano OMC), como un organismo supranacional especializado dentro del sistema de las Naciones Unidas para supervisar las relaciones comerciales.

Este organismo funciona a su vez como un foro permanente de negociaciones entre los miembros mediante el apoyo del Fondo Monetario Internacional (FMI) y

³ Ibid., p. 63

⁴ Moreno Valdez, Hadar, Moreno Castellanos, Jorge, Trejo Vargas, Pedro, “Comercio exterior sin barreras”, Ediciones Fiscales ISEF, 3ª edición, México, 2003, p.172

el Banco Interamericano de Reconstrucción y Fomento (BIRF o BM), para el logro de objetivos tales como: la celebración de acuerdos basados en la reciprocidad y las ventajas mutuas eliminando el trato discriminatorio, así como vigilar las políticas nacionales de comercio. Sus principios son el comercio no discriminatorio, el acceso creciente a los mercados, la competencia justa, el desarrollo y las reformas económicas.

Los países menos desarrollados, pueden ser también miembros de la OMC con la exigencia de que asuman compromisos y concesiones en la medida que sean coherentes con su desarrollo comercial y financiero. Para la OMC el libre comercio es la manera de que los países más atrasados salgan de la pobreza siempre y cuando las naciones más desarrolladas eliminen las barreras comerciales a los productos que los países subdesarrollados producen. Es importante mencionar, que precisamente con el inicio de esta ideología que surge a partir de la creación de la OMC, se comienza a vivir en el ámbito internacional el término de la “globalización”, pues es sin duda el pensamiento de mayor incidencia en las políticas económicas internacionales de la actualidad.

Durante la primera etapa de la OMC en 1995, se logro la integración de la mayor cantidad de países a la apertura del comercio y la inversión, en la segunda etapa fue la profundización de la ideología al no proteccionismo de la economía mundial para que contribuya al desarrollo.⁵

De acuerdo a la OMC, para lograr el objetivo del desarrollo mediante el libre comercio, se requieren políticas que incidan en las siguientes cuatro áreas fundamentales, las cuales sean guiadas bajo la integración global:⁶

- Agricultura.

⁵ Sánchez, Georgina, “México-OMC ¿y después del libre comercio?”, Revista Comercio Exterior, Vol. 52. Núm. 12, diciembre de 2002, México p.1068-1077

⁶ Idem, p. 1070

- Textiles y ropa.
- Topes arancelarios.
- Escalada de tarifas.⁷

Sin embargo, los avances más dinámicos en el libre comercio se han dado a nivel regional, con lo que el sistema multilateral que preside la OMC perdido peso en la economía internacional, pues más de la mitad de comercio se realiza bajo marcos regionales, pues permite una apertura comercial más rápida y profunda que el proceso multilateral, como es el caso de los dos mayores acuerdos regionales en el continente americano el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Aunque por otro lado la negociación de estos acuerdos está basado en las reglas multilaterales del comercio lo que refuerza la posición a largo plazo de la OMC.

Esta posición la ha venido reforzando a través de las diversas conferencias o cumbres ministeriales celebradas en: Singapur (1996), Ginebra (1998), Seattle (1999), la cual fracasó al politizarse debido a desacuerdos internos entre delegaciones y por la preponderante línea proteccionista, lo que condujo a violentas manifestaciones y por lo tanto una crisis en el sistema multilateral del comercio; Doha (2001), fue dedicada prioritariamente a la lucha contra el terrorismo por lo que no prestó atención al tema de cooperación para los países en desarrollo.

En Doha se tocaron ocho puntos entre los cuales destacan el de agricultura, servicios, acceso a mercados en bienes no agrícolas y aspectos sobre derechos de propiedad intelectual. Tuvo éxito al emprender una nueva ronda de negociaciones que se llevaron a cabo en la reunión de Cancún (2003), en donde los países miembro no se encontraban preparados para lograr consensos sobre el

⁷ Esta última aplicada al mundo en desarrollo, la escalada de tarifas sanciona el valor agregado, resultante de los procesos de transformación de los productos, lo que dificulta la diversificación de sus exportaciones.

texto base de la declaración, sin embargo fue escalón importante para concluir exitosamente las negociaciones de Doha; finalmente Hong Kong (2005), se logró un acuerdo para eliminar las subvenciones a la exportación de productos agrícolas para el año 2013. Los países desarrollados otorgaron a los países subdesarrollados beneficios limitados de acceso al mercado en el ramo agrícola.

No ha sido fácil para los productos agrícolas lograr una apertura en el comercio internacional, solo a través de diversas negociaciones en foros internacionales se ha conseguido otorgarle una mayor oportunidad a un sector tan importante para los países en desarrollo primordialmente.

1.2 El Comercio Internacional de productos agrícolas

Uno de los sectores productivos de gran importancia en el comercio internacional es sin duda la agricultura, al ser la ocupación en la mayor parte del mundo, pues más del 50% de la población se ocupa en la agricultura o depende de ella para vivir. Entre los países de África y Asia, sólo Libia, Japón, Chipre e Israel tienen menos del 50% de su población en este rubro ya sea como agricultores o trabajadores agrícolas, y en algunos de los países de África tropical la proporción excede el 90%. Aún entre los países desarrollados, Bélgica, Holanda, los Estados Unidos y el Reino Unido tienen menos del 10% de su población económicamente activa ocupada en la agricultura.⁸

La mayoría de los agricultores en el mundo son campesinos. En el conjunto de países de África, Asia, América Latina y el sudeste de Europa, la gran mayoría de los predios son granjas pequeñas (generan un ingreso muy bajo a sus propietarios), como tipo de organización agrícola la cual se puede considerar como una progresión de la agricultura de subsistencia. Hay otros dos tipos

⁸ Capstick, Margaret, “La economía de la agricultura”, Fondo de Cultura Económica, 1ª edición, México, 1977, p. 9

principales de organización agrícola, uno es el de agricultura de plantación el cual se desarrolló a partir del siglo XVIII con el proceso de colonización, caracterizándose por la producción en gran escala de un solo producto de exportación. Este tipo de agricultura todavía es importante en Malasia. Otra forma de agricultura en gran escala, es la de granjas estatales o colectivas cuyo éxito ha sido variable⁹.

El comercio internacional de productos agrícolas se desarrollaba en su mayor parte entre los países europeos, a excepción de los productos tropicales y semi-tropicales que todavía se clasificaban como lujos. Para fines del siglo XIX se había establecido el patrón actual del comercio internacional de productos de climas templados, siendo la Gran Bretaña el gran mercado abierto para los alimentos del mundo, contrariamente, los principales países de Europa continental nunca se comprometieron ideológicamente con el libre comercio; en consecuencia, la agricultura recibió un tratamiento similar al de la industria, y cuando se inició la baja de los precios agrícolas se recurrió de inmediato a la protección mediante aranceles o restricciones físicas al comercio internacional.

En el siglo XX durante la Segunda Guerra Mundial, aumentó mucho la autosuficiencia de productos agrícolas aún en países que antes habían sido los mayores importadores. Al terminar la guerra y los primeros años de la posguerra caracterizados por la escasez de alimentos, el comercio internacional de productos agrícolas de clima templado recobró gran parte de su patrón tradicional de productos altamente exportados.

En Europa el establecimiento de la Comunidad Económica Europea, creó una entidad autosuficiente en gran medida en productos agrícolas de este tipo, cuya política de precios de garantía para sus agricultores y de subsidio a las

⁹ Ibid., p. 10

exportaciones¹⁰, generaron dificultades para los países exportadores tradicionales de estos productos. Pero no solo Europa exporta productos subsidiados ya sea directa o en forma de subsidios a los productores, también países como Estados Unidos y Canadá destinan cada año fuertes subsidios a sus productos agrícolas.

Sin embargo, para las 50 economías en desarrollo en el mundo de las cuales un tercio de sus exportaciones son en base a productos agrícolas y para un 40% representa la mitad de sus exportaciones; los subsidios por parte de los países desarrollados, provocan que la mayoría de sus productos sean desplazados de manera sistemática de los mercados.¹¹

Este tipo de prácticas por parte de los países desarrollados, ha generado que diversas economías productoras del sector agropecuario se organicen para hacer frente a sus políticas; como la organizada en 1986 por un importante número de países productores de dichos bienes, al crear el Grupo de Cairns, integrado por: Argentina, Australia, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Islas Fiyi, Filipinas, Guatemala, Indonesia, Malasia, Nueva Zelanda, Paraguay, Sudáfrica, Tailandia y Uruguay. Lo que une a estos países es el interés de lograr mejores condiciones de acceso a los mercados internacionales para sus exportaciones de productos agrícolas, además del propósito de presionar a Estados Unidos y sobre todo a la Unión Europea para que redujeran los subsidios a la agricultura, debido a las distorsiones que provocan en el comercio internacional.

Este grupo adoptó el nombre de la ciudad Cairns, Australia,¹² en donde se llevó a cabo la primera reunión entre sus participantes.

¹⁰ Ibid., p. 147

¹¹ Sánchez, Georgina, “México-OMC: ¿y después del libre comercio?”, Revista Comercio Exterior, Vol. 52, Núm. 12, diciembre de 2002, México, p. 1070

¹² Rosas, María Cristina, “De Doha a Cancún: logros y desafíos de la Organización Mundial de Comercio”, Revista Comercio Exterior, Vol. 52. Núm. 12, diciembre de 2002, México, p.1036-1048

Desde la culminación de la Ronda de Uruguay, el Grupo de Cairns ha seguido trabajando con la OMC, sobre todo en los comités de agricultura y de medidas sanitarias y fitosanitarias.

A pesar de la gran importancia que implican los subsidios junto con los altos aranceles a la importación a este tipo de productos, no es sino hasta la Ronda de Uruguay en 1986 que se trató por primera vez este tema, al firmarse un acuerdo.

El Acuerdo sobre Agricultura es considerado uno de los más importantes éxitos de esta Ronda al romper con la tradicional abstención de tratar la agricultura en una negociación internacional. El Acuerdo se trató a raíz de la necesidad de negociar la colocación de los excedentes generados por la mejora de la producción en el sector agrícola. Desde el inicio de la Ronda se quiso establecer un sistema de comercio agropecuario equitativo orientado al mercado, debido al proteccionismo existente y los conflictos derivados de las subvenciones, mediante la negociación de compromisos sobre la ayuda y protección al sector.¹³

El principal objetivo del Acuerdo consiste en establecer reducciones progresivas sustanciales de la ayuda y la protección de la agricultura, que se efectúen de manera sostenida a lo largo de un periodo acordado, así como el acceso al mercado de los países miembros en desarrollo.¹⁴

Es importante señalar, que el tema de la liberación de productos agrícolas se ha ido realizando en las diversas conferencias ministeriales en materia comercial como son la Ronda de Doha; la reunión de Cancún, en la que se perfilaron dos bloques con posiciones extremas, por un lado Estados Unidos y la Unión Europea mostraban una franca negativa a que sus intereses agrícolas fueran afectados,

¹³ Moreno Valdez, Hadar, Moreno Castellanos, Jorge, Trejo Vargas, Pedro, "Comercio exterior sin barreras", Ediciones Fiscales ISEF, 3^a edición, México, 2003, p.187

¹⁴ Ibid., 187

mientras que el Grupo de los 20¹⁵, promovía reducir las políticas proteccionistas de aquéllos, posición secundada por el Grupo de los 23,¹⁶ que formó una alianza también sobre productos estratégicos.

Sin embargo en la reactivación de la Ronda de Doha en febrero de 2004, tuvieron un importante papel los grupos de los 20 y de los 90, haciendo una gran diferencia en las negociaciones, en particular por su peso específico agrícola. Así se arribó al paquete de julio de la OMC conocido como texto Oshima, por referencia al presidente del Consejo General de la OMC. Este paquete establece parámetros-guía en las cinco áreas clave de las negociaciones: agricultura, productos industriales, temas de desarrollo, facilitación del comercio, y servicios¹⁷.

En lo referente a la agricultura, se sientan las bases para una reforma agrícola importante. Se acuerda eliminar en una fecha por definir los subsidios a la exportación.¹⁸ En apoyos internos se establece un marco para lograr una reducción considerable de los subsidios que distorsionan la producción y el comercio. En la primera etapa se estableció una reducción inicial del 20%. Esto equivale al total de las reducciones que se hicieron en la Ronda de Uruguay previa a la de Hong Kong. Finalmente en acceso a mercados se sientan las bases para permitir mayores oportunidades de exportación.¹⁹

Los acuerdos antes mencionados se ven plasmados en la VI Conferencia Ministerial de Hong Kong realizada en el 2006, definiendo finalmente el año de

¹⁵ Conformado por: Brasil, Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay, México, Guatemala, Costa Rica, Cuba, Venezuela, Ecuador, Perú, la India, Chile, China, Filipinas, Tailandia, Pakistán, Sudáfrica, Egipto y Nigeria

¹⁶ Barbados, República Dominicana, Honduras, Indonesia, Jamaica, Kenia, Mongolia, Nicaragua, Níger, Pakistán, Panamá, Perú, Filipinas, Trinidad y Tobago, Turquía, Uganda, Venezuela, Zambia, Zimbabwe, Tanzania y Ecuador.

¹⁷ Corona Guzmán, Roberto, “La reunión de Cancún y el futuro de la Ronda de Doha”, Revista Comercio Exterior, Vol. 54. Núm. 12, diciembre de 2004, p.1129

¹⁸ Esto implica el fin de los subsidios; su terminación la ubican algunos analistas en 2010, mientras que otros lo hacen en 2015.

¹⁹ Corona Guzmán, Roberto, “La reunión de Cancún y el futuro de la Ronda de Doha”, Revista Comercio Exterior, Vol. 54. Núm. 12, diciembre de 2004, p.1130.

2013 para eliminar las formas de subsidios a la exportaciones con reducciones de apoyos principalmente para la Unión Europea seguida de los Estados Unidos, así como tratamientos para productos agropecuarios sensibles y especiales.

El sector agropecuario es sin duda uno de los sectores más protegidos en materia comercial sin embargo, con el paso del tiempo las diversas negociaciones o acuerdos celebrados han buscado la liberación de este tipo de productos, como ya se bordó en el primer apartado. Así las economías mayormente agrícolas han logrado colocar los productos que les representan mayores ventajas, como lo mencionara en 1810 un estadista británico, William Huskisson “el interés comercial de todos los países se atendería mejor si se dejara que cada porción del mundo produjese los bienes mejor adaptados a su suelo y su clima”.²⁰ Hoy día la mayoría de estos Estados busca competir en el mercado haciendo uso de estas cualidades.

1.3 El Comercio Internacional del limón

Los agrios son un producto agropecuario originario de países del sud-este asiático (posiblemente proceden de los trópicos, subtrópicos y de las zonas monzónicas más secas de esta área), en los que su cultivo se originó primero por sus perfumes y más tarde por sus frutos, iniciando así su propagación durante el primer milenio antes de nuestra era con el esplendor de las civilizaciones chinas e hindúes.²¹

Los limoneros, las limas, los cidros y las limas Rangpur, son un grupo que se denomina cítricos de fruto ácido y son precisamente los cidros quienes fueron, probablemente los primeros agrios cultivados en el Mediterráneo, esto en gran

²⁰ Capstick, Margaret, “La economía de la agricultura”, Fondo de Cultura Económica, 1ª edición, México 1977, p. 145

²¹ Loussert, Raymond, “Los agrios”, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, 1992, p. 19

parte a los mercados árabes, ya que se piensa que lo llevaron desde Asia hasta Oriente Medio y Palestina. El contacto entre los romanos y Palestina permitió que el cidro se expandiera en la cuenca mediterránea de acuerdo con los escritos encontrados en Mesopotamia. Es a partir del mediterráneo, y gracias a los grandes descubridores, que los agrios son difundidos por todo el mundo.²²

El cultivo del limón se desarrolla en la franja que se localiza desde el Ecuador hasta los grados latitud norte y sur, en la cual predominan los climas tropicales y subtropicales. Los principales factores climatológicos que requieren las plantas de “limonero” son temperatura y humedad, siendo el clima seco con veranos calurosos el mejor para su cultivo.

A pesar de que los limoneros son resistentes a los veranos frescos, son muy sensibles a las variaciones muy extremas y súbitas de temperatura. Asimismo, fructifican en lugares con temporadas de lluvias en verano, donde las condiciones de temperatura varían de 1 a 40 grados centígrados. Con el transcurso de los siglos se han ido adaptando a climas más secos y más fríos que los de su área propia de su expansión.

El limón es un cítrico del género Citrus que pertenecen a la familia de las Rutáceas, la cual comprende más de 1,600 especies. Este género consta de unas 20 especies con frutos comestibles todos ellos con abundante contenido de vitamina C, flavonoides y aceites esenciales.

Las variedades de limón de mayor comercialización que se cultivan en el mundo son:

- Eureka: es un fruto de tamaño medio de forma elíptica. Es una variedad sin semillas y con mucho zumo. Esta variedad de limón se cultiva en todo el mundo, y principalmente en los Estados Unidos.

²² Ibid., p. 257

- Lisbon: es una variedad con alto nivel de jugosidad, ácido y de corteza rugosa, con un tamaño medio y elíptico. La recolección de este limón se realiza en los diferentes países durante las épocas de invierno y hasta comienzos de la primavera.
- Primofiori: o también conocido como fino, de forma esférica. La corteza de los frutos es fina, lisa y contiene bastante jugo con una acidez baja. Contienen un mayor número de semillas que la variedad Verna.
- Verna: de forma alargada y extremos en punta. No presenta mayor número de semillas y contiene un nivel relativamente bajo de acidez. Es una de las principales variedades de limón europeo producido en España e Italia.²³

El limón, en sus diversas variedades y calidades, puede consumirse en fresco o industrialmente en forma íntegra. De la fruta fresca se obtienen principalmente aceite esencial, jugo y cáscara, además de los respectivos subproductos; destacando entre los principales:

- Fruta fresca. Orientado principalmente ha abastecer el consumo mundial.
- Aceites esenciales de limón. Se utilizan como materia prima para la industria.
- Acido cítrico. Se utiliza en bebidas efervescentes y en sustitución de vinagre, entre otros.
- Jugo natural o concentrado. Se utiliza como sustituto de limón fresco para la elaboración de alimentos y bebidas, mermeladas, jaleas o como complemento de alimentos enlatados.
- Jugo cocido. Se emplea para la preparación de bebidas efervescentes y en la industria textil y farmacéutica.

²³ Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon02.htm, consultado el día 14/09/06

- Pastas aromatizantes. Se utilizan para la preparación de bebidas gaseosas, sobre todo de segunda calidad.
- Comminuted. Se obtiene del fruto entero o de la mezcla de sus componentes (jugo, cáscara, aceite esencial), y se emplea en la preparación de bebidas refrescantes, particularmente en Inglaterra.
- Cáscara fresca. Se utiliza para producir vitaminas, forrajes y alimentos para aves y ganado y en la producción de confitería, farmacia y artículos dentríficos.
- Cáscara deshidratada. Es el insumo para la producción de pectina, la cual se usa en la industria de dulces y farmacéutica.
- Sobrantes (bagazo y semilla). Pueden utilizarse como alimento para ganado.²⁴

El volumen del comercio mundial de la lima y el limón ha presentado un crecimiento sostenido del 3.4% en sus importaciones durante los últimos diez años. Entre tanto, el valor de estas importaciones presentaron un crecimiento del 1.3 % durante la década comprendida entre 1994 y el 2003.²⁵

En Asia, se prevé que la producción de cítricos se mantendrá estable en China y disminuirá en Japón. En ambos países se pronostican incrementos de las importaciones de cítricos frescos. Se estima una gran cosecha de limones en Chile, Perú y Argentina, así como en Sudáfrica y Australia. Es probable que el crecimiento de la producción dé lugar a un incremento general de las exportaciones de cítricos frescos del Hemisferio Sur.²⁶

²⁴ Dussel Peters, Enrique, "Territorio y competitividad en la agroindustria en México" Condiciones y propuestas de política para los clusters del limón mexicano en Colima y la piña en Veracruz, Editorial Plaza y Valdés, 1ª edición, México, 2002, p. 48

²⁵ Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon04.htm, consultado el día 16/09/06

²⁶ Ver http://www.fao.org/es/esc/es/20953/20990/highlight_28187es.html, consultado el día 16/09/06

Aunque el consumo de limón es principalmente en estado fresco y en menor proporción a su procesamiento industrial, su consumo ha ido en aumento ganando popularidad al ser un producto rico en fibra y vitaminas, esto aunado al mejoramiento de las condiciones de comercialización, que optimizan la disponibilidad del producto en cualquier época del año.

1.3.1 Principales países productores de limón

Dentro de las frutas que se cultivan en el mundo, los cítricos tienen un papel relevante en la dieta de los consumidores. Dentro de los cítricos, el limón es el segundo en importancia después de la naranja que es la más relevante, tanto por su consumo en fresco como por sus diversos usos industriales, seguida de otras frutas como la mandarina, las limas, la toronja entre otras. Sin lugar a dudas, el limón es un producto que ha registrado un fuerte incremento en la producción mundial, síntoma de la importancia que ha tomado en la preferencia de los consumidores. Es relevante destacar que el principal incremento en la producción se ha registrado en los países denominados en vías de desarrollo como son los africanos y los asiáticos, por que al contar con las condiciones climatológicas idóneas y un importante mercado en expansión, han canalizado sus esfuerzos para hacer más productivo el sector y contribuir con la entrada de divisas.

El cultivo de los agrios en el mundo está a la vez disperso y relativamente concentrado, pues su presencia se encuentra en los cinco continentes: América (del Norte y del Sur), Europa, África, Asia y Oceanía (Australia). Sin embargo las grandes zonas de producción se localizan dentro de un área de cultivo bien delimitada, que rodea al mundo ocupando parte de los dos hemisferios.²⁷

²⁷ Loussert, Raymond, “Los agrios”, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, 1992, p. 27

En el hemisferio norte las grandes áreas de producción se encuentran localizadas entre los 30° y los 43° de latitud (Estados Unidos, Cuenca Mediterránea, Japón). Más allá de los 43° de latitud norte se encuentran las bajas temperaturas que limitan la expansión del cultivo. En el hemisferio sur el cultivo está localizado entre los 30° y 40° de latitud. Las principales regiones de producción son: América del Sur (Brasil y Argentina), África del Sur y Australia.²⁸

Un aspecto importante en el comercio internacional de cítricos, incluyendo al limón es la ubicación geográfica del territorio productor respecto a los principales países que demandan la fruta. Países como Argentina disponen de la ventaja de ubicarse en el Hemisferio Sur, con lo que produce en épocas opuestas a Estados Unidos y la Unión Europea, pero también a México y otros países competidores. Aunque la mayor parte de la producción mundial de limones y limas se realiza en el Hemisferio Norte, con una participación superior a 75% durante 1970-2001, así como en 2003-04. También en el Hemisferio Sur la producción de cítricos va en aumento. A nivel de regiones mundiales, la región mediterránea –particularmente Italia y España- es la principal productora. No obstante, Argentina, Brasil, China, India, Irán y México logran incrementar su participación en la producción mundial, siendo México el principal país productor de limas y limones, participando con el 5.12% de la producción mundial en 2001 y desplazando desde 1961 a otros como India.²⁹

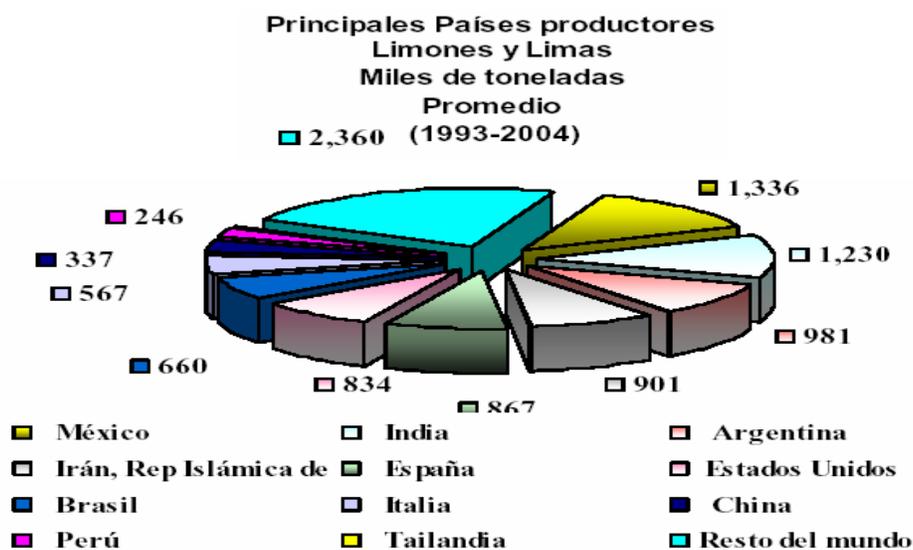
Los constantes cambios que se han registrado en el clima pueden explicar la transformación dentro del comportamiento en la producción mundial, sobre todo en aquellos países donde las fluctuaciones climatológicas son más drásticas y los recursos financieros escasos de contar con los medios necesarios para protegerse de las adversidades de la naturaleza.

²⁸ Ibid., p. 27

²⁹ Dussel Peters, Enrique, *op. cit.*, p. 53

En el periodo de 1993 a 2004, México ocupó el primer lugar de productores en el mundo, con un promedio de 1.3 millones de toneladas, lo cual representa un 13% de la producción mundial. Le siguen la India con 12%; Irán, 9%; Argentina, 9%; España y Estados Unidos con 8% como se presenta en la siguiente gráfica.

Gráfica No. 1



Fuente: SIAP, con datos de Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO, 2005.

Nota: No existe información mundial del limón mexicano debido a que la FAO agrupa esta en limas y limones.

Como se puede observar en la gráfica No. 1, aproximadamente el 59 % de la producción mundial de limón está concentrada principalmente en seis países. Así como también podemos ver que su producción se realiza prácticamente en todo el mundo.³⁰

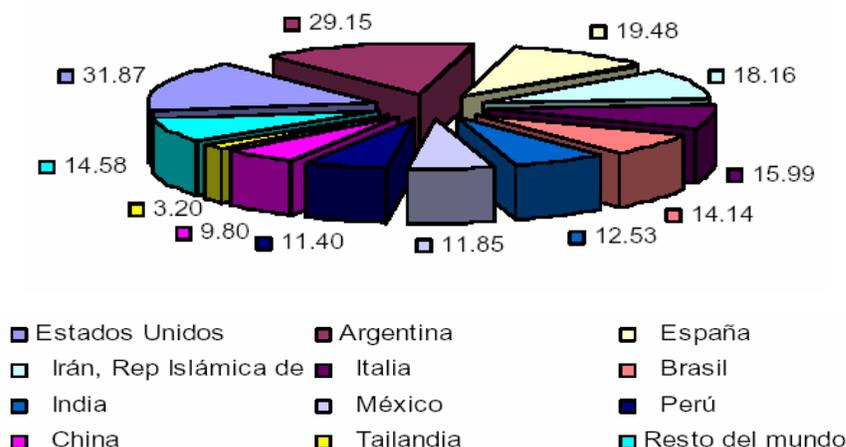
Es importante destacar que los países que han obtenido los rendimientos más altos (ton/ha.) son Estados Unidos, 32%; Argentina, 29%; España, 20%; Irán, 18%; Italia, 16%; Brasil, 14%, India, 12% y México, 11%. Nuestro país ocupa el octavo lugar en este rubro, contrario al lugar que ocupa como principal productor,

³⁰ Ver http://w4.siap.sagarpa.gob.mx/sispro/IndModelos/SP_AG/LMexicano/Descripcion.pdf, consultado el día 20/09/06

incluso superado por Argentina y Estados Unidos a nivel del continente americano, tal como la gráfica que abajo se detalla³¹:

Gráfica No. 2

Rendimiento (Ton./Ha.) de Limones y Limas, 1993-2004.



Fuente: SIAP, con datos de Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO, 2005.

Nota: No existe información mundial del limón mexicano debido a que la FAO agrupa esta en limas y limones.

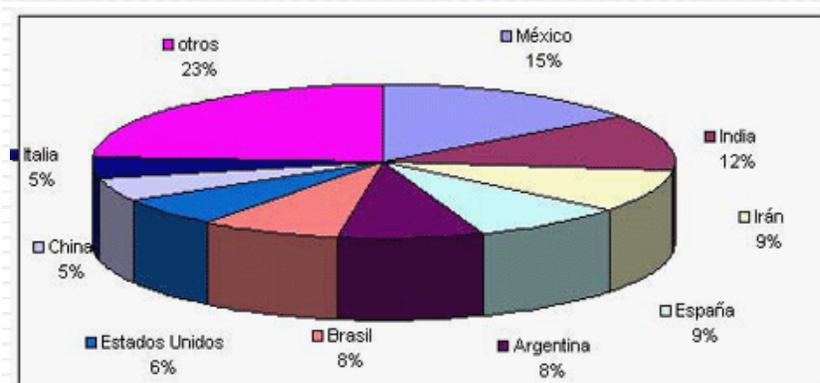
La producción mundial en el 2004 se concentró en un área de 801.353 hectáreas (Has.), con una producción de 12,126.233 toneladas (Ton.) y registrando un rendimiento del 15.13 Ton/ Has., lo anterior debido a que el área cosechada de limón y lima en el mundo ha expuesto una tendencia creciente durante la década comprendida entre 1995 – 2004, presentando una tasa de crecimiento para el período del casi 3% anual. Pasando de un área de 616.868 hectáreas en 1994 a 801.353 hectáreas en el 2004. Del mismo modo, la producción mundial de limón y lima ha mostrado una tasa de crecimiento del 4% durante el periodo analizado, habiéndose producido en el año 2004 un volumen superior a los 12 millones de toneladas de estas frutas. A continuación se presenta la participación en cuanto a volumen producido.³²

³¹ Ver http://www.fao.org/es/esc/es/20953/20990/highlight_28187es.html, consultado el día 20/09/06

³² Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon03.htm, consultado el día 20/09/06

Gráfica No. 3

Principales Productores de Limas y Limones participación en volumen, 2004.



Fuente: FAOSTAT. Cálculos: Corporación Colombia Internacional.

Como se muestra en la gráfica No. 3, en la producción de limas y limones no existe un productor dominante, ya que la diferencia porcentual no es considerable, sin embargo podemos destacar el papel de nuestro país con un 15% seguido por la India (12%); Irán y España (9%), del total de la producción en ese año. Siendo nuestro competidor más fuerte Estados Unidos, que aunque su volumen es menor (6%), también se encuentra entre los principales productores y el mercado a donde dirigida su producción entra en competencia con la mexicana. En lo que respecta a nivel del continente Americano, se puede observar una posición importante por parte de Argentina como cuarto productor mundial con el 8% junto con Brasil.³³

Analizando la superficie cultivada, la producción y el rendimiento de los principales países productores de limas y limones, podemos observar que, más que al incremento en el rendimiento, México cuenta con una gran extensión cultivada de 112,406.3 hectáreas, pues es el país con la mayor superficie cosechada en a nivel mundial con 16.91% en 2001, con un rendimiento que casi alcanza las 11 t/ha.

³³ Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon03.htm, consultado el día 20/09/06

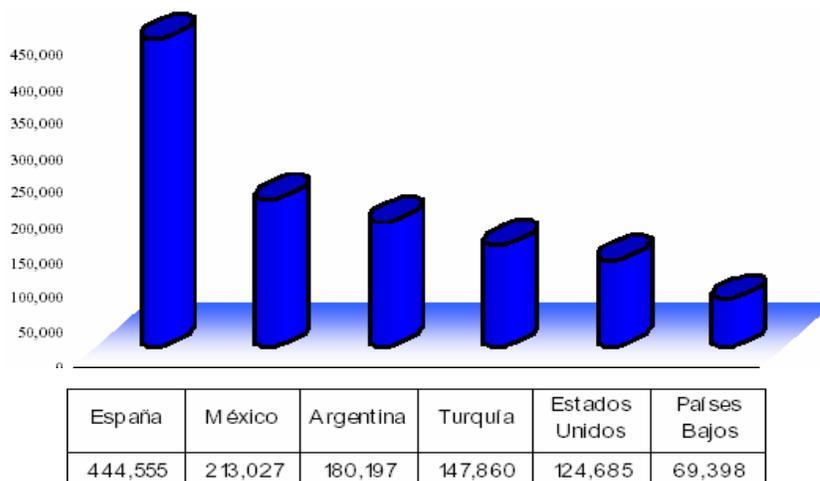
Está muy por debajo del rendimiento medio anual, que según datos de la FAO es de 14.2 t/ha. En cambio Estados Unidos y Argentina con menor número de hectáreas cultivadas (26,184 y 36,842 respectivamente), obtienen rendimientos más altos a nivel mundial con 28.3 t/ha. Por lo que sus volúmenes de producción son bastante importantes.³⁴

En lo referente a su exportación, España, México y Argentina, son los principales países exportadores de este cítrico, los cuales participan con el 15, 7 y 6%, respectivamente, en el mercado mundial. México inició la exportación de limón en 1993 con una cifra total de 117, 445 ton. En 2003 esta cifra ascendió a 332,754 ton., registrando una tasa media de crecimiento anual de 11%³⁵

En la siguiente gráfica se muestran los principales países exportadores a nivel mundial durante el periodo 1993-2003.

Gráfica No. 4

Países Exportadores de Limas y Limones Toneladas (Ton.) 1993-2003.



■ **PROMEDIO (TON.)**

Fuente: SIAP, con datos de Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO, 2005.

Nota: No existe información mundial del limón mexicano debido a que la FAO agrupa esta en limas y limones.

³⁴ Dussel Peters, Enrique, *op. cit.*, p. 55

³⁵ Ver http://www.fao.org/es/esc/es/20953/20990/highlight_28187es.html, consultado el día 16/09/06

Se puede resaltar de la gráfica anterior que España supera por más de la mitad en toneladas exportadas a México y Argentina que junto con Turquía, Estados Unidos y Países Bajos son los cinco principales exportadores a nivel mundial de cítricos según datos de la FAO. Cabe destacar que el papel de España a nivel mundial cobra importancia no por ser el tercer productor de estos cítricos, sino por ser el primer exportador de los mismos, lo cual muestra que la mayoría de su producción va directo a la exportación, principalmente a países europeos, los cuales son los principales consumidores de cítricos y a donde se dirigen la mayor parte de sus exportaciones. De ahí la importancia de observar el comportamiento de España ya que entre sus puntos de venta se encuentra Canadá.

Aunque Estados Unidos es el quinto país exportador a nivel mundial, también es el principal país que demanda Limón Mexicano. Francia, Bélgica, Reino Unido y Países Bajos, son algunos los países con los que comercia México³⁶

1.3.2 Principales países importadores de limón

Pese a que las operaciones comerciales del limón a nivel mundial no tienen la relevancia que ostenta la naranja al ser el cítrico de mayor importación, el comercio internacional del limón es fuente de importantes ingresos para muchos países, especialmente los de vías de desarrollo.

Los principales países importadores de limón son: Estados Unidos, 16%; Alemania, 8%; Francia, 7% y Japón con el 5%. El mercado Europeo compró el 34% del volumen mundial comercializado de Lima y Limón durante el 2003, como se muestra en el siguiente gráfico.³⁷

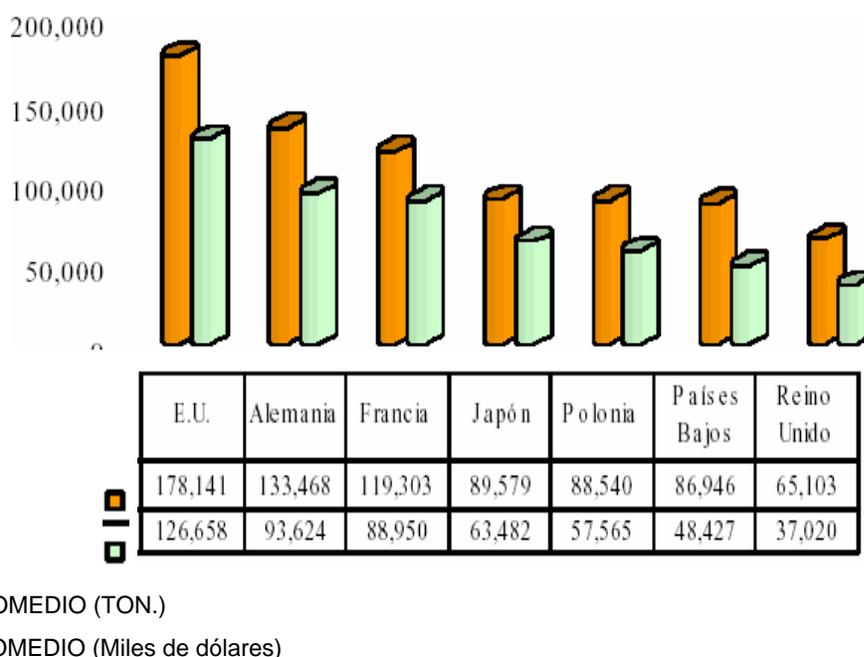
³⁶ Ver http://w4.siap.sagarpa.gob.mx/sispro/IndModelos/SP_AG/LMexicano/Descripcion.pdf, consultado el día 16/09/06

³⁷ Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon04.htm, consultado el día 16/09/06

En el caso del limón producido en nuestro país su mayor nicho de mercado se ubica en EU y Alemania, quienes ocupan los primeros lugares de importación. Sin embargo, nuestro país meta no figura ni en la producción ni en la exportación, por lo que es factible virar hacia este nicho donde el principal competidor sería estados Unidos que al tener un lugar importante en la importación disminuye la competencia con México. También no podemos dejar de lado que mientras no exista la competencia de los primeros productores e importadores de cítricos en Canadá deja a México la posibilidad de abastecer a este mercado, sobre todo si aprovechamos las ventajas de tener el TLCAN, y la cercanía de nuestro país.

Gráfica No. 5

Países Importadores de Limas y Limones Promedio Ton. y miles de dólares, 1993-2003.



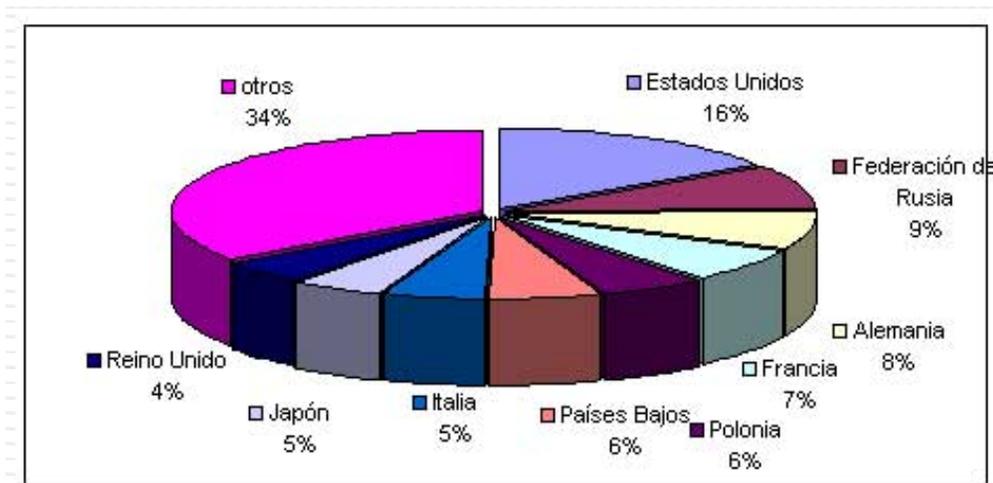
Fuente: SIAP, con datos de Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO,2005. Nota: No existe información mundial del limón mexicano debido a que la FAO agrupa esta en limas y limones.

Las importaciones mundiales en el 2003 reflejan un crecimiento anual entre 1994-2003 del 1.33 %, lo que nos habla de alrededor de 1, 756,660 ton.³⁸

Entre los principales consumidores de lima y limón en el mundo se encuentran los Estados Unidos, quien importó en el 2003 el 16% del total importado, le siguen en su orden, Rusia y Alemania, cada uno con el 9% y 8% de las importaciones mundiales, como se ilustra en la siguiente gráfica.³⁹

Gráfica No. 6

Principales Importadores Participación en volumen 2003.



Fuente: FAOSTAT. Cálculos: Corporación Colombia Internacional

Aunque la naranja es el cítrico de mayor comercialización, el consumo de limón ha ido en aumento ocupando un papel importante en porcentaje de toneladas importadas principalmente en su estado fresco, sin embargo, también se ha incrementado la parte destinada a la agroindustria de los jugos concentrados y aceites esenciales, mientras que en el caso de las limas se comercializan y consumen exclusivamente en fresco.

³⁸ Ver <http://www.cci.org.co/manual/Productos/Frutas/limon/limon03.htm>, consultado el día 16/09/06

³⁹ Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon04.htm, consultado el día 16/09/06

CAPÍTULO 2

EL LIMÓN MEXICANO DE EXPORTACIÓN

El limón mexicano es una fruta no originaria de México, sin embargo, ha encontrado condiciones favorables para su crecimiento, desarrollo y producción, que son los climas cálidos en las costas del Pacífico mexicano llegando así a posicionarse en la preferencia de los consumidores.

La variedad *Citrus aurantifolia* swingle, es conocida con el nombre de limón mexicano, gracias a que México es el principal productor de este cítrico a nivel mundial, a pesar de ser un producto no originario. Es un fruto pequeño de cáscara delgada con una superficie lisa suave y rico en aceite esencial, de color verde intenso y con un fuerte aroma, de pulpa muy jugosa y altamente ácida, con un alto poder nutritivo. Posee un lugar importante por su contribución en la generación de divisas del país, ocupando el quinto lugar mundial en lo que se refiere a superficies cosechadas, cuarto lugar en importancia de volúmenes de producción, sexto sitio en cuanto al valor de su producción y quinto en volúmenes exportados.

Colima, Michoacán, Jalisco, Guerrero, Oaxaca son los principales estados productores, sin embargo Colima es el estado que se distingue por su amplia participación en el cultivo de esta variedad, al ser el primer productor de limón mexicano del país.

Antes y al momento de la plantación es de extrema importancia en su cultivo la cosecha, que comprende tres etapas: la máxima de mayo a octubre, la media de febrero a abril y la mínima de noviembre a enero. Se debe cosechar y manejar con cuidado la fruta para evitar la pérdida de calidad, así como se debe asegurar la mejor forma de acondicionando del producto para facilitar su empaquetado cumpliendo con todos los requerimientos y mejorar su presentación.

2.1 El limón mexicano, su cultivo y su cosecha

Aunque este cítrico no es originario de México, ha encontrado condiciones favorables para su desarrollo en las costas del Pacífico mexicano; a parte de ser uno de los pocos cultivos rentables, ya que la fruta, tanto para su consumo en fresco como para su procesamiento en la industria ha tenido un valor comercial aceptable, lo que se traduce en la expansión de superficie cultivada de este cítrico, y es de acuerdo con el consumo per cápita en México el quinto lugar en la preferencia de los consumidores, superado únicamente por la naranja, plátano, mango y aguacate.

Existen dos variedades de cultivo del limón en México, el limón persa con el 20% y el limón mexicano 80% del total nacional, las cuales están diferenciadas por zonas productoras, tipos de tierras, riego o temporal. Dentro del contexto mundial, México está considerado como el principal país productor de estas dos variedades, ambas con grandes diferencias; sin embargo ambas variedades, se complementan para satisfacer las demandas del mercado tanto nacional como internacional.⁴⁰

El limón mexicano se ubica en el grupo de las limas ácidas y se le conoce en múltiples nombres alrededor del mundo. En México se le ha denominado limón agrio, limón con semilla, limón criollo y limón corriente. El reciente nombre del limón mexicano se debe a que México es el país que tiene registrada la mayor producción. En Perú se le conoce como limón sutil, en Estados Unidos le llaman key lime o best indian lime, en Brasil como limao pequeño y limao gallego, en

⁴⁰ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, “El limón persa y el limón mexicano: La complementariedad del mercado”, Revista Claridades Agropecuarias, Núm. 30, febrero de 1996, México, p.3

Chile como limón de pica como referencia a la región de Pica de ese país que es la que produce esta variedad de limón. Su ubicación taxonómica es⁴¹:

FAMILIA: *Rutaceae*

SUBFAMILIA: *Aurantioideae*

TRIBU: *Citreas*

SUBTRIBU: *Citrinas*

GENERO: *Citrus*

SUBGENERO: *Eucitrus*

ESPECIE: *Aurantifolia*

El árbol del limón mexicano es vigoroso, de porte erguido, con brotaciones color púrpura que después cambian a verde, y varía de dos a cuatro metros de altura, desarrollo arbustivo con varios tallos delgados e irregulares, ramas densamente armadas con pequeñas espinas puntiagudas. El follaje es denso, consistente y de hojas pequeñas color verde pálido de forma lanceolada o elíptica-ovada, base redondeada con bordes ligeramente alados. Sus flores son pequeñas, blancas, de cáliz semiesférico con cuatro a cinco pétalos. El fruto es pequeño, oval o esférico con case convexa y en ocasiones con cuello pequeño, la cáscara es delgada con una superficie lisa suave y fuertemente adherida, rica en aceite esencial, de color verde intenso al amarillo conforme avanza su madurez, tiene un fuerte aroma, con 9 a 12 segmentos y un eje pequeño sólido, su número de semillas es moderado de 3 a 5 son pequeñas de color blanco, la pulpa es verde pálido, grano fino, muy jugosa, altamente ácida; en el jugo de la pulpa hay un alto poder nutritivo: ácido cítrico, málico, fórmico, acético y vitamina C, proteínas, calcio, fósforo, entre otras sustancias contiene las vitaminas A, B y D.⁴² Así mismo el limón mexicano también cuenta con las siguientes propiedades:

* Antidepresivo

* Digestivo

* Bactericida

* Antiséptico

* Germicida

* Diurético

⁴¹ Medina Urrutia, Víctor, Robles González Marciano, Becerra Rodríguez, Salvador, Orozco Romero, José, Orozco Santos, Mario, Garza López, José, Ovando Cruz, Manuel, Chávez Contreras, Xavier, Félix Castro, Felipe, “ El cultivo del limón mexicano”, INIFAP, Libro Técnico Núm. 1, México, 2001, p.14

⁴² Dussel Peters Enrique, op. cit., p. 45

* Hepático

* Estimulante

* Depurativo

* Antirreumático

* Tónico⁴³

Entre algunos de los beneficios del limón mexicano se puede mencionar que:

- Estimula la circulación.
- Ayuda a reducir la presión arterial.
- Activa las segregaciones estomacales ayudando a la digestión si se toma con moderación.
- Es un blanqueador.
- Es un astringente.
- Por su alto contenido en vitamina C ayuda a fortalecer el sistema inmunológico. Su capacidad para regenerar los glóbulos blancos lo hace muy adecuado para potenciar las defensas del organismo, previniendo la aparición de muchas enfermedades.⁴⁴

Así como tiene sus bondades, el limón mexicano es afectado por diversas enfermedades que reducen tanto su producción como la calidad de la fruta y muchas veces causan la muerte de los árboles. Las enfermedades son clasificadas como infecciosas (bióticas) y no infecciosas (abióticas). Las enfermedades bióticas son causadas por hongos, bacterias, nematodos, virus y otros organismos similares como tiroides y fitoplasmas, mientras que las enfermedades abióticas son provocadas por condiciones ambientales adversas, defectos genéticos, factores nutricionales y toxicidad provocada por mal uso de productos químicos.⁴⁵

⁴³ Ver <http://www.lipame.com/MEXICANLEMONsp.html>, consultado el día 28/09/06

⁴⁴ Idem.

⁴⁵ Medina Urrutia, Víctor, Robles González Marciano, Becerra Rodríguez, Salvador, Orozco Romero, José, Orozco Santos, Mario, Garza López, José, Ovando Cruz, Manuel, Chávez Contreras, Xavier, Félix Castro, Felipe, *op. cit.*, p.90

Las enfermedades bióticas más importantes en las regiones productoras de limón mexicano del país son: Gomosis, Nematodos, Antracnosis, Mancha grasienta, Mancha foliar, Fumagina, Muerte de ramas y daño por algas. Así mismo existen otras enfermedades causadas por virus o viroides conocidas como “Tristeza”, “Psorosis” y “Exocortis”, consideradas como las de mayor importancia en la citricultura mexicana. Estas enfermedades ocasionan pérdidas considerables en aquéllas regiones donde están presentes y son de importancia primaria en todos los países productores de cítricos. La Tristeza de origen viral es la enfermedad potencial más peligrosa, ya que el limón mexicano es una de las especies más susceptibles. Lo que hace preocupante el futuro de la citricultura en México ante la seria amenaza que representa este virus. Por lo que es necesario emprender acciones inmediatas de manera coordinada entre viveristas, productores, técnicos y dependencias del sector con el propósito de evitar o retrasar la posible diseminación de la enfermedad en los cultivos.⁴⁶

En lo que a nuestro país se refiere, el limón mexicano ocupa un lugar importante en la cultura alimenticia nacional, así como por su contribución en la generación de divisas al ubicarse dentro del grupo de las principales frutas producidas en el país, ocupando el quinto lugar mundial en lo que se refiere a superficies cosechadas, cuarto lugar en importancia de volúmenes de producción, sexto sitio en cuanto al valor de su producción y quinto por lo que a volúmenes exportados se refiere.

La principal zona productora del limón mexicano se encuentra en la Costa del Pacífico (Colima, Michoacán, Jalisco, Guerrero, Oaxaca), región que contribuye con el 80% de la producción nacional.⁴⁷

⁴⁶ Idem

⁴⁷ León Ramírez, Adán Abel, “Plan de exportación del limón mexicano de la costa de Oaxaca al mercado hispano de los Estados Unidos”, Universidad Nacional Autónoma de Chapingo, México, 2003, p. 41

Los principales estados productores en el periodo de 1993-2004 de limón mexicano (periodo que se tomará como referencia para el presente estudio), son: Colima con una participación de 40% de la producción nacional; seguido por Michoacán con un 27% y Oaxaca que contribuye con 16%. El resto de los estados aportan el 17% del total. La Tasa Media Anual de Crecimiento (TMAC), de Colima es de 11%, Michoacán de 7% y Oaxaca de 2% respectivamente. La TMAC que México obtuvo fue de 5% en este periodo (1993-2004), lo cual se tradujo en un incremento en el volumen de producción de 545,067 ton.⁴⁸

En el periodo de 1993-2004, la superficie sembrada y la superficie cosechada de limón mexicano, registraron una TMAC de 4% teniendo en los últimos años una disminución a 1.2%, respectivamente. Estas variables han observado comportamientos cíclicos. En el año de 1999, el número de hectáreas sembradas tuvo su máximo repunte con 98,544 ha., que se vio reflejado en un aumento de la superficie cosechada de 85,915 a 90,197 hectáreas en ese año.⁴⁹

Colima es el estado que se distingue por su amplia participación en el cultivo de esta variedad, al ser el primer productor de limón mexicano del país de tal forma que es la principal actividad en el sector agropecuario en la entidad que genera empleos. El principal municipio productor de limón mexicano en Colima es Tecomán, en donde se ubica alrededor del 63% de la superficie de cultivo, con 17,759 Ha. de superficie sembrada, 17,759 Ha. de superficie cosechada y con una producción de 351,260 Ton. en el 2004. También se localiza la mayor parte de la infraestructura de empaque e industrial.⁵⁰

La producción de limón mexicano en Colima es altamente estacional, en solo cinco meses comprendidos de mayo a septiembre, se cosecha el 61.5%. Esto

⁴⁸ Ver http://w4.siap.sagarpa.gob.mx/sispro/IndModelos/SP_AG/LMexicano/Descripcion.pdf, consultado el día 26/09/06

⁴⁹ Idem

⁵⁰ Ver http://w4.siap.gob.mx/sispro/SP_AG/lmexicano/index_mcentro/index_prod.html, consultado el día 26/09/06

condiciona que los empaques e industrias trabajen a plena capacidad durante solo un corto período del año (y por lo tanto con elevados costos fijos), y también implica bajos precios para el productor.⁵¹

La otra entidad importante que complementa la producción de esta variedad es Michoacán, la cual mostró un incremento de un 28.42% tanto en la superficie sembrada como cosechada del 25% respectivamente durante el periodo arriba mencionado, mientras que el crecimiento de la producción fue de 10% al pasar de 182,131 ton. a 200,005 ton. Otro estado que participa activamente es Guerrero, sin embargo para ese periodo mostró un decremento al disminuir su superficie sembrada y cosechada de 13.77 y 19% respectivamente, sin embargo Oaxaca, mostró un crecimiento de 54.14% en la superficie destinada a la producción, con un crecimiento anual de 2.43% y un incremento del 57% en la producción.⁵²

Del total de la producción que se cosecha en las entidades antes mencionadas, Estados Unidos es el principal país que demanda Limón Mexicano, por lo que en el periodo 2001-2004, el volumen exportado promedio fue de 29,985 toneladas, que se traduce en \$11.3 millones de dólares promedio en el periodo. Francia, Bélgica, Reino Unido y Países Bajos, son algunos los países con los que comercia México, pero su participación es mínima cerca de 0.2% aproximadamente. México es el principal proveedor de limón al mercado europeo, ya que de 13.3 millones de dólares que la Unión Europea importó del mundo, el 63 % correspondió a nuestro país.⁵³

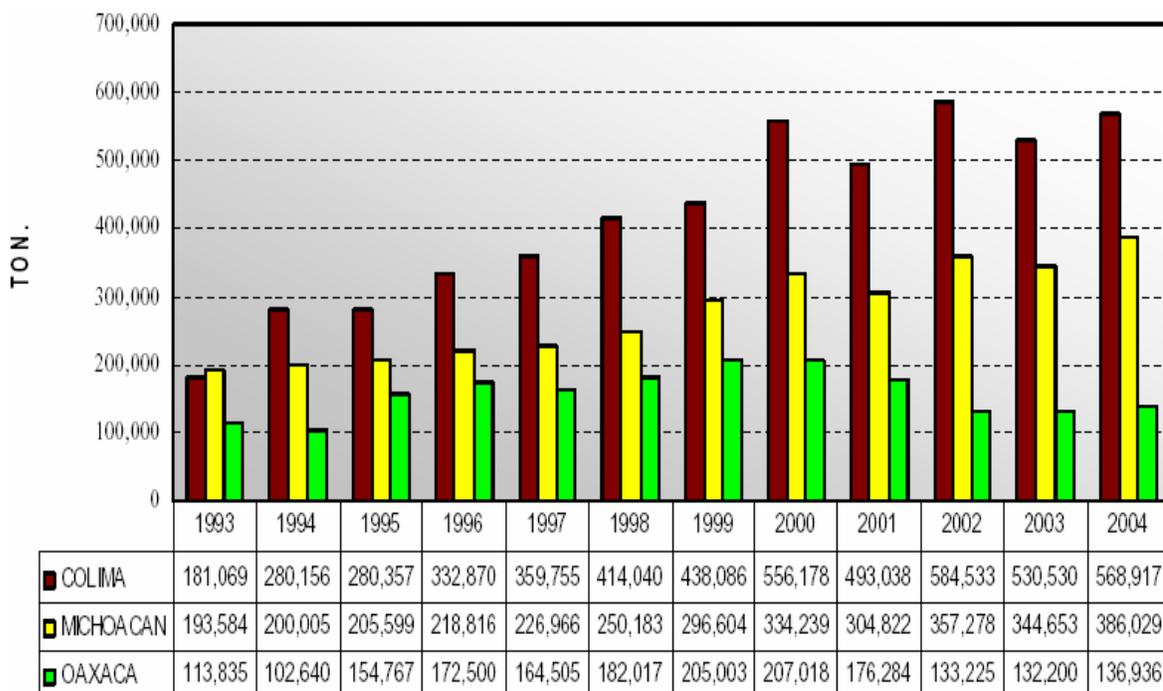
⁵¹ Ver http://w4.siap.sagarpa.gob.mx/sispro/IndModelos/SP_AG/LMexicano/Descripcion.pdf, consultado el día 26/09/06

⁵² Idem

⁵³ Idem

Gráfica No. 7

Principales Estados Productores de Limón Mexicano /Toneladas,1993-2004



Fuente: Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera SIAP

Como ya se había mencionado anteriormente, Colima es el principal productor de limón mexicano, cuenta con 29,692 ha. de superficie sembrada-cosechada y con una producción en 2004 de 586,917 ton; le sigue Michoacán con 37,425 Ha. de superficie sembrada, 34,506 Ha. de superficie cosechada y con una producción de 386,029 Ton. y finalmente Oaxaca con 12,969 Ha. de superficie sembrada, 12,637 Ha. de superficie cosechada y con una producción de 136,936 Ton. respectivamente, como se muestra en la gráfica antes expuesta.⁵⁴

Como apoyo a la cadena producción-consumo de los estados productores, se creó el Consejo Nacional del Limón Mexicano (CONALIM). Es la instancia

⁵⁴ “Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los Estados Unidos Mexicanos 2004 por Estado”, SAGARPA, Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera, México, 2004, p.902

nacional que representa, rige y planea un desarrollo integral, busca una mejor coordinación de los productores, empacadores, industriales, consumidores con los niveles de gobierno, municipal, estatal y federal, a través del impulso a la productividad de la Cadena de Valor Global del limón mexicano⁵⁵, dando como resultado mejores condiciones de comercialización y por lo tanto más competitivo en el mercado mundial. Representa cerca de nueve mil productores de cinco estados del pacífico mexicano (Colima, Michoacán, Guerrero y Jalisco). La representación de esta organización está dada por los consejos estatales de limón mexicano cuyos brazos operativos son: las asociaciones de productores de cada entidad. En Colima, este estado cuenta con el Consejo Estatal del Limón Mexicano (COELIM) y Consejo Estatal de Productores de Limón Mexicano de Colima, A. C. (COEPLIM).⁵⁶

A demás de contar con estas instancias, para que los estados productores puedan obtener una buena calidad de cosechas deben de cuidar cualquier aspecto referente al producto, empezando desde su cultivo.

Cultivo

Existen diversos sistemas de producción del limón mexicano, ya sea solo o asociado con otras especies, estos sistemas son:

- Limón-cocotero, cuando los árboles de limón se establecen bajo las plantas de coco como una alternativa adicional de la oleaginosa.
- Limón-cultivos anuales, asocian distintas especies anuales como el maíz y sorgo con limón mexicano durante sus primeros años de vida.

⁵⁵ En el 2000 se solicitó a SAGARPA su apoyo para establecer una alianza en el sector limonero de México, mediante el proyecto “Cadena de Valor Global”, que actualmente es la estrategia de creciente implantación a nivel mundial.

⁵⁶ Ver <http://www.siea.sagarpa.gob.mx/modelos/Cadenas/limmex/sld036.htm>, consultado el día 04/08/06

- Limón-otros frutales, se asocian como una medida para asegurar ingresos económicos a la familia. Entre los preferidos se encuentran el mango, la guanábana, tamarindo, plátano y papayo.
- Limón-pastoreo, Se le encuentra bajo condiciones de riego superficial en áreas mayores de cinco hectáreas y con escasa utilización de maquinaria.
- Limón solo o uní cultivo, este sistema de producción es el que permite alcanzar el máximo potencial de producción y calidad de fruta. El crecimiento de los árboles es uniforme y se facilita el manejo y cosecha de la fruta.⁵⁷

Al considerar la amplia distribución del limón en el país, se podría asumir que esta especie se puede adaptar a una variada gama de climas y tipos de suelo. Sin embargo las condiciones más favorables para su crecimiento y producción son los climas cálidos, lo que explica el por que es posible cultivar este cítrico a lo largo de la costa del Pacífico desde Oaxaca hasta Sinaloa.

El limón mexicano al igual que muchos frutales, puede ser propagado tanto por semilla como en forma vegetativa⁵⁸.

Los árboles originados de semilla son vigorosos y productivos pero presentan el serio inconveniente de ser muy susceptibles a la pudrición de la raíz, mejor conocida como Gomosis y que es causada por el hongo *Phytophthora parasítica* Dastur, el cual está presente en todas las zonas productoras. Otro inconveniente de estas plantas es su largo periodo juvenil y pueden tardar de tres a cinco años para iniciar la producción de fruta. Por ello no es recomendable realizar plantaciones comerciales de limón propagadas de semilla.

⁵⁷ Medina Urrutia, Víctor, Robles González Marciano, Becerra Rodríguez, Salvador, Orozco Romero, José, Orozco Santos, Mario, Garza López, José, Ovando Cruz, Manuel, Chávez Contreras, Xavier, Félix Castro, op. cit., p.15

⁵⁸ Idem, p,22

La propagación vegetativa es una forma de generar nuevas plantas a partir del tejido del árbol seleccionado. Las nuevas plantas al ser prácticamente la continuación de esa planta original, reproducen fielmente casi todas sus características. En el caso del limón mexicano se realiza mediante el injerto de yema, permite el uso de porta injertos capaces de tolerar la Gomosis, así como otros factores adversos del suelo

El cultivo o plantación del limonero debe hacerse en cepas de 30 centímetros (cm.), de diámetro y 50 cm. de profundidad. El fondo debe de rellenarse con tierra de modo que el cuello de la raíz de las plantas quede al nivel del suelo o ligeramente arriba. Si parte del tallo queda enterrado en el suelo se tendrán problemas de enfermedades y si el cuello de la raíz queda por arriba del suelo, las plantas se pueden ladear o las raíces se destapan con los primeros riegos. Después haber cubierto con tierra al tallo, debe de apisonar para eliminar los espacios huecos; a la tierra con que se rellena el pozo debe de agregarse 10 gramos de fertilizante y 10 gramos de insecticida en polvo para prevenir daños por plagas del suelo. Posterior a la plantación es recomendable dar un riego inmediatamente después del transplante y otro más a los pocos días para eliminar los espacios huecos y mejorar el contacto de la raíz con el suelo.⁵⁹

Las decisiones que se tomen y las actividades realizadas antes y al momento de la plantación son de extrema importancia, pues de ellas depende en gran parte el éxito económico de la huerta, pues una vez plantados los árboles resulta muy complicado y costoso efectuar modificaciones importantes en el huerto, por lo que antes debe planearse el detalle de la ubicación de caminos, canales o sistemas de riego y drenes pues es indispensable un abastecimiento seguro de agua para dar riegos adecuados y oportunos durante la época de sequía.

⁵⁹ Idem, p.38

Al principio las plantaciones se practicaron en forma intercalada con otros cultivos, en zonas con suelos y clima inadecuados, hoy día la mayoría de los agricultores emplean ya técnicas modernas: siembras apropiadas, mejores sistemas de riego , obras de drenaje, campañas fitosanitarias, aplicación de fertilizante que ayude a mejorar su producción.

El limón mexicano presenta además una serie de características para su cultivo, como son:

- Para las plantaciones se recomienda utilizar la distancia de 8 x 8 m, para las huertas con alta densidad de plantación se recomiendan distancias de 8 x 4 m y 9 x 5 m.
- En plantaciones con altas densidad, es muy importante que los árboles reciban una buena iluminación del sol. Para ello las hileras deben orientarse en la dirección norte-sur.
- Para el árbol existe una serie de etapas, incluyendo la germinación, juvenil, floración, crecimiento del fruto, maduración del fruto y abscisión, con lo cual el limón se cosecha entre 120 y 170 días después de la floración.
- Los terrenos para el cultivo del limón requieren buen drenaje y debe evitarse la plantación en suelos con salinidad, pues limita el crecimiento de la planta y la producción de fruta.
- El limón mexicano se puede cultivar en una gran diversidad de suelos, con textura desde arenosa hasta medianamente arcillosa.
- Durante épocas de seca los árboles requieren riego con frecuencia de 20 a 32 días y el nitrógeno tiene la mayor influencia sobre la producción y la calidad de la fruta, además del fósforo y potasio.
- Entre las principales plagas destacan la mosca blanca, el pulgón negro o blanco y la araña roja son insectos que pueden afectar a los árboles.

- Los árboles requieren dos tipos de podas: una para los árboles jóvenes, para darle estructura al árbol que soporte el peso de la fruta y permita la iluminación óptima; otra para los árboles adultos, para facilitar la cosecha y aspersión de agroquímicos y eliminar ramas débiles.
- La temperatura óptima de cultivo es de 22 a 28 grados centígrados, con temperatura mínima de 38.6 grados centígrados.
- El árbol tiene floración durante todo el año; la fenología, riego y fertilización pueden estimular la floración.
- Para la cosecha se usan la red y la cuchara para seleccionar solo los frutos maduros y evitar el daño a otros.
- El limón mexicano al igual que todos los cítricos requieren para su buen desarrollo y producción el abastecimiento de carbono, hidrógeno, oxígeno, nitrógeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio, azufre, manganeso, cobre, zinc, hierro, boro, molibdeno y cloro. Los tres primeros son proporcionados por el agua y el aire y el resto se obtienen del suelo, por lo que es necesario que cada año se restituya la cantidad de nutrimentos utilizada por el árbol para no empobrecer el suelo y mantener buena producción y calidad de la fruta.⁶⁰

Al igual que su cultivo la recolección de la fruta es de vital importancia para obtener el máximo rendimiento en su comercialización.

Cosecha

La cosecha de este cítrico, comprende tres etapas debido al desarrollo del fruto a consecuencia de las múltiples floraciones: la máxima de mayo a octubre, provienen de floraciones de noviembre-diciembre por lo que tardan 140 a 160 días en alcanzar su tamaño de corte; la media de febrero a abril, los frutos de las

⁶⁰ Dussel Peters, Enrique, *op. cit.*, p. 47

floraciones de primavera de entre marzo y abril, tardan 110 a 130 días para cosecharse. y la mínima de noviembre a enero, en contraste, estos frutos de verano se desarrollan más rápidamente y alcanzan su tamaño final de 90 a 100 días. Aunque los huertos de limón mexicano florecen constantemente y se cosechan durante todo el año las diferencias en el número de días para cosecha se debe a las condiciones variables del clima.⁶¹

Es importante que los frutos de los cítricos, contrariamente a otros frutos, se recolecten en un estado de maduración lo más próximo posible a su madurez de consumo⁶², la cual ya tiene buen tamaño, cáscara verde claro de textura lisa y brillante; esto debido a que al aproximarse la maduración la coloración de la epidermis de los frutos cambia bajo la influencia de factores climáticos, y principalmente de la temperatura ambiente que desciende progresivamente con los primeros días del otoño. Además el fruto debe tener buen contenido de jugo mínimo el 45%, pues al llegar a este punto se procede a preparar el fruto para su comercialización en este caso al mercado externo mediante la selección adecuada del empaque y embalaje que asegure las óptimas condiciones para su traslado al punto final de venta.

Con la finalidad de reducir al mínimo la caída de frutas maduras la cosecha debe realizarse cada tres semanas. La cosecha debe de iniciarse por la mañana cuando las hojas y frutos hayan perdido la humedad aportada por la lluvia o rocío. En invierno cuando el huerto esté recién regado, la cosecha se iniciará hasta las nueve de la mañana para que los frutos pierdan hinchazón y la cáscara no sufra daños por el manejo durante la cosecha o el transporte.

⁶¹ Medina Urrutia, Víctor, Robles González Marciano, Becerra Rodríguez, Salvador, Orozco Romero, José, Orozco Santos, Mario, Garza López, José, Ovando Cruz, Manuel, Chávez Contreras, Xavier, Félix Castro, Felipe, *op. cit.* p. 50

⁶² Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C., “Guía básica del Exportador”, 11ª edición, México, 2005, p. 271

Los frutos de limón tienen una cáscara muy delicada y fácilmente sufre daños por maltrato. Por ello se debe cosechar y manejar con cuidado la fruta para evitar la pérdida de calidad por lo que no debe permitirse la sacudida de árboles o ramas pues la fruta se daña al caer al suelo, tampoco se recomienda el uso de ganchos. La cosecha solo debe hacerse con red o cuchara, en tanto no se diseñe una mejor herramienta.

Dependiendo del clima, la variedad de la planta y otros factores, las primeras cosechas se obtienen entre tres y seis años después y llegan a la completa reproducción después de ocho a diez años; su producción se inicia a los tres años y disminuye a los quince.

Bajo óptimas condiciones de temperatura y humedad los frutos pueden mantenerse hasta dos semanas sin perder sus principales cualidades, sin embargo lo ideal sería transportarse el mismo día de la cosecha, en caso contrario la fruta ya cosechada debe mantenerse a la sombra, protegida del viento y la lluvia. Al ser empacado el producto, éste no debe llenarse en exceso para evitar el aplastamiento de los frutos.

2.2 Empaque y embalaje

A partir de 1993, en el estado de Colima se estableció un programa de control de calidad en el limón, en el cual se fija una normatividad para el empaque y transporte de la fruta, requiriéndose un certificado de origen para todos los embarques de limón que salen de la entidad. De acuerdo con este programa y para asegurar que la mercancía llegue en las mejores condiciones a destino es necesario acondicionar el producto para facilitar su empaquetado y mejorar su presentación, pasando por las siguientes etapas.

- *Recepción y secado*, Las rejas son vaciadas en una tolva donde la fruta permanece por un día con el fin de que los daños en la fruta se hagan visibles y poder separar los frutos afectados. Al recibirlos se pesan y se toma una muestra para ver su coloración e índice de madurez.
- *Preselección y limpieza*, se eliminan impurezas al mismo tiempo que se efectúa la selección se separan los calibres pequeños (diámetros por debajo de 34 Mm.).
- *Tratamiento antifúngico y abrillantado*, la fruta pasa el lavado con agua, se seca, encera y cepilla para mejorar su presentación y prolongar la vida de anaquel, ya que la cera reduce la deshidratación del fruto. Es necesario tratar los frutos con un producto fungicida con el fin de protegerlos de los ataques de los hongos.
- *La selección*, se eliminan los que presentan alteraciones o imperfecciones, solo llegan los que responden a las normas de exportación.
- *Calibrado y empaquetado*, consiste en reagrupar los frutos en lotes de tamaño homogéneo basándose en su calibre.⁶³

Después de que los frutos son calibrados y clasificados, para el mercado de exportación se utiliza como empaque cajas resistentes de cartón corrugado de 5 y 40 libras. Con el fin de facilitar su manipulación y transporte, estos embalajes están normalizados, a fin de no utilizar las cajas de rejas de madera que son más costosas. Según el tipo de embalaje utilizado y para un calibre determinado, el número de frutos y el peso serán siempre similares.

La clasificación de la fruta de limón en los empaques de acuerdo a su diámetro ecuatorial es:

⁶³ Loussert, Raymond, *op. cit.*, p. 275

Figura No. 1 **Diferentes tamaños del limón mexicano**



Fuente: www.lipame.com

TAMAÑO DEL FRUTO	DIÁMETRO DEL FRUTO (Mm.)
2	34 - 37
3	37 - 39
4	39 - 41
5	mayor de 41 ⁶⁴

Se manejan tres grados de calidad como se indica a continuación:

Grado extra: no deben de tener defectos, salvo aquellos muy leves en la cáscara que no afecten el aspecto general del producto, su calidad, conservación y presentación en el envase. En cada lote o envase se permite tolerancia del 5% en número o en peso de limones que no reúnan todos los requisitos para este grado pero que satisfagan los de la categoría primera.

Grado primera: pueden presentar daños leves en la cáscara, tales como rozaduras cicatrizadas que cubran un área no mayor a un centímetro cuadrado. En cada lote o envase se permite tolerancia de 10% en número o en peso de limones que no reúnan todos los requisitos para este grado pero que satisfagan los de la categoría segunda.

Grado segunda: Este grado comprende los limones que no pueden clasificarse en los grados de calidad superiores, pero que satisfacen las especificaciones mínimas. Se permiten los siguientes daños, siempre y cuando conserven sus

⁶⁴ Medina U., V. M., M. M. Robles G., S. Becerra R., J. Orozco R., M. Orozco S., J. G. Garza L., M. E. Ovando C., X. Chávez C. Y F. A. Félix C., *op. cit.*, p.89

características esenciales en lo que respecta a su estado de conservación y presentación:

Daños en la cáscara debidos a quemaduras de sol, rozaduras cicatrizadas y aquellos provocados por plagas también cicatrizados, que cubran un área no mayor de dos centímetros cuadrados que no afecten el interior del fruto. En cada lote o envase se permite tolerancia de 10% en número o en peso de limones que no reúnan todos los requisitos para este grado excluyendo totalmente los limones afectados por pudrición o cualquier otro deterioro que los haga impropios para su consumo.⁶⁵

Cabe señalar que los dos últimos grados por razones obvias no poseen la calidad de un producto de exportación al no cumplir con las especificaciones mínimas que se indican a continuación:

- Estar enteros.
- Tener consistencia firme.
- Ser de forma y color característicos de la especie.
- Estar sanos.
- Estar exentos de daños causados por plagas.
- Estar limpios, exentos de materia extraña.
- Exentos de humedad exterior normal.
- Exentos de cualquier olor extraño.
- Presentarse en estado de madurez adecuado para su comercialización, distribución y consumo.⁶⁶

A parte de cumplir con las especificaciones antes mencionadas, el limón mexicano debe de presentar un grado de madurez fisiológica o punto sazón

⁶⁵ Loussert, Raymond, *op. cit.*, pp. 277

⁶⁶ Ver <http://www.lipame.com/MEXICANLEMONsp.html>, consultado el 16/09/06

mínimo, el cual se determina por el contenido de jugo, que no debe de ser menor de 45% en peso, de acuerdo a lo indicado en la norma mexicana NMX-FF-O12⁶⁷.

En lo que se refiere a la coloración tiene que ser uniforme, pasando del verde al amarillo conforme avanza su madurez fisiológica. Las tolerancias aplicables a los diferentes grados de calidad respecto a la coloración son para el grado extra de 5%, primera 10% y segunda 20% en número o en peso de los limones que no presenten el color característico del conjunto en el envase o lote. Respecto al tamaño, el limón mexicano debe cumplir con lo indicado en la norma mexicana NMX-FF-009, la cual nos indica el tamaño del calibre que el limón mexicano cumplir para poder ser comercializado. Para la presente norma no se admiten calibres inferiores a 31mm⁶⁸

Como el producto será destinado a la exportación los embalajes van etiquetados. Cada envase debe llevar, mediante impresión o etiqueta, en letras agrupadas en el mismo lado, con caracteres legibles, indelebles y visibles desde el exterior; siempre y cuando la impresión o el etiquetado se realicen con tintas o pegamentos no tóxicos. La etiqueta colocada sobre el embalaje debe de indicar los siguientes datos:

- Nombre y domicilio o identificación reconocida del productor, empacador o exportador.
- Nombre del producto.
- Origen del producto (Región o provincia y País de origen).
- Identificación.
- Grado de calidad.

⁶⁷ NMX-FF-012-1982- Productos alimenticios no industrializados para uso humano –fruta fresca- Determinación del contenido de jugo en frutas cítricas en base al peso. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación 10 de junio de 1982.

⁶⁸ León Ramírez, Adán Abel, “Plan de exportación del limón mexicano de la costa de Oaxaca al mercado hispano de los Estados Unidos”, Universidad Nacional Autónoma de Chapingo, México, 2003, p. 38

- Código de tamaño o intervalo de tamaño correspondiente;
- Número de unidades contenidas en el envase, y
- Contenido neto en kilogramos (Kg.) al envasar.
- Envase.
- El producto de cada envase debe ser homogéneo, compuesto por limones del mismo origen, grado de calidad, tamaño y color.
- La parte visible del producto en el envase debe de ser representativa de todo el contenido.
- Los envases deben de estar exentos de cualquier materia y olores extraños.
- Los envases deben de satisfacer las características de calidad, higiene y ventilación para asegurar la manipulación, el transporte y la conservación adecuada del producto.
- El uso de materiales, especialmente papel, cartón o sellos, que lleven especificaciones comerciales está permitido, siempre y cuando la impresión o el etiquetado se realice con tintas o pegamentos no tóxicos.⁶⁹

El acondicionamiento del limón permitirá que tenga mayor resistencia a los días de tránsito hasta el mercado final de su consumo, y así evitar lesiones ocasionadas en el periodo de manejo y transporte; por lo que el embalaje debe de ser de un material que garantice el buen manejo y conservación del producto.

Dentro de todo lo importante que es lo relativo al cultivo, cosecha y recolección del limón, el exportador ya debe tener conocimiento previo de los permisos, documentos o trámites que la autoridad competente le requerirá para que su mercancía pueda salir del país, dependiendo del tipo de bien a comercializar. Lo cual será señalado por la fracción arancelaria.

⁶⁹ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, “Boletín del Agroexportador”, Revista Claridades Agropecuarias, Núm. 149, enero de 2006, México, p.46

2.3 Clasificación arancelaria

Antes de realizar la importación o exportación de cualquier tipo de bien, se debe verificar la fracción arancelaria correspondiente para saber los requisitos a los que se encuentra sujeto según sea el caso.

En México, es en el artículo 1º de la Ley de Impuesto General de Importación y de Exportación (LIGIE), donde se debe consultar la fracción. Ahí se encuentra la tarifa en la parte de la nomenclatura o Código del Sistema Armonizado,⁷⁰ y según sea la composición o función del bien, éste debe ubicarse en un código de identificación universal a efecto de aplicarles el respectivo impuesto al comercio exterior o sus exenciones al cruzar las fronteras y pasar las aduanas para poder circular legalmente en territorio nacional, lo cual facilita la fluidez expedita de las mercaderías de comercio internacional.⁷¹

Cada país establece el nivel nacional de desglose conforme a sus necesidades de identificación, adicionando a dicho código los dígitos necesarios para formar sus propias subdivisiones.⁷² En el caso de México el código numérico se conforma de ocho dígitos, los dos últimos asignados por éste, tal como se encuentra en la Tarifa de Impuesto General de Importación y Exportación (TIGIE).

La fracción arancelaria que indica la TIGIE para el limón mexicano es la: **08055001**, de la variedad Citrus aurantifolia Christmann Swingle (limón “mexicano”). Su Unidad de medida es el kilogramo y goza de un arancel exento de exportación a Canadá y sus restricciones son las siguientes:

⁷⁰ La nomenclatura incorporada a la tarifa mexicana tiene su fundamento en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías adoptado por el Consejo de Cooperación Aduanera (CCA), actualmente Organización Mundial de Aduanas (OMA), y vigente en la mayoría de países Miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

⁷¹ Cerda Benítez, Adriana “Prontuario de comercio internacional”, Editorial Trillas, S.A. de C. V. 1ª edición, México, 2000 p. 53

⁷² Ibid., p.53

Certificado Fitosanitario expedido por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Únicamente cuando se destinen a EUA que crucen a partir del 18/09/04 por la Mesa de Otay, San Isidro, Tecate y Calexico, así como por las aduanas de Mexicali, Tijuana, San Luis Río Colorado, Nogales, Naco, Agua Prieta y Ciudad Juárez.⁷³

A continuación se muestra la fracción arancelaria de importación para Canadá.

Tabla No. 1

CUSTOMS TARIFF – SCHEDULE CANADA

Tariff Item	SS	Description of Goods	Unit of Meas.	MFN Tariff	Applicable Preferential Tariffs
O805.50.00		Lemons (Citrus limon/limonum) & limes (Citrus aurantifolia latifolia), fr/drie:		Free	UST,CCCT, DCT
-----Fresh	11	-----Lemons-----	KGM	Free	GPT, MT, CT, CRT
	12	-----Limes-----	KGM		
	20	-----Dried-----	KGM		

Fuente: Departamental Consolidation of the Customs Tariff 2006.

De acuerdo a la presente tabla la fracción que le corresponde al limón mexicano es la 0805.50.00.11⁷⁴

En Canadá, el documento oficial que contiene la tarifa aplicable a los diferentes países se llama *Customs Tariff- Schedule*, que también se rige por el Sistema Armonizado de mercancías. Como se puede observar contiene la clasificación a ocho dígitos como México, además de un sufijo estadístico (SS) para clasificar

⁷³ Para ver más detalladamente consultar www.caaarem.com.mx y Circulares T-681/2004 y T-685/2004

⁷⁴ Ver <http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2006/01-99/table-e.html>, consultado el día 06/08/06

más detalladamente los productos. En lo que concierne al nivel de los derechos arancelarios (Aplicable Preferential Tariffs), México con clave MT.⁷⁵ (ver recuadro), por el acuerdo comercial celebrado con Canadá se encuentra libre de arancel.

Los requisitos de importación que deben de cumplirse ante la autoridad aduanera de Canadá se enunciarán en el siguiente apartado.

⁷⁵ Morales, Troncoso, Carlos "Plan de exportación", Editorial Pearson Educación, 1ª edición, México, 2000 pág. 36

CAPÍTULO 3

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DEL LIMÓN MEXICANO A CANADÁ

Tras la firma del Tratado de Libre Comercio, Canadá se ha convertido en uno de los principales socios comerciales de México.

La economía canadiense es una de las más prosperas a nivel mundial. Con un Producto Interno Bruto a la alza, este país cuenta con el suficiente poder de compra y de fuerza económica para comercializar productos importados.

Las frutas y vegetales mexicanos, cuentan con excelentes oportunidades de venta, pues debido a su clima, Canadá se encuentra inhabilitado para producir gran variedad de estas viéndose en la necesidad de importar un considerable porcentaje de productos frescos.

Ontario es una de las provincias más destacadas al ser el centro financiero del país y con mayor número de población y de inmigrantes en Canadá, por lo tanto un importante nicho de mercado para la expansión de productos mexicanos. La inmigración, da lugar al multiculturalismo que se vive hoy en día en ese país. Esta diversidad también se ve reflejada en la alimentación y el tipo de platillos que se consumen pues estos grupos tratan de conservar su tradición gastronómica

Al ingresar a este mercado es recomendable que el exportador mexicano atienda y se apegue adecuadamente a las normas y leyes que emite el gobierno canadiense para cumplir con los mínimos requeridos en relación al tipo de mercancía y lograr una operación libre de contratiempos. Además de escoger el canal de distribución más adecuado así como la negociación de compra-venta que más le convenga para sus productos .

3.1 El mercado meta

Con una superficie de 9,970.610 km², Canadá es el segundo país más grande del mundo con una población de 32.73 millones de habitantes. La mayoría de la población se concentra cerca de la frontera sur que limita con los Estados Unidos, donde las temperaturas son menos frías en invierno y más cálidas en verano, contrario a la parte del norte que se encuentra inhabitado debido al clima ártico.⁷⁶

Canadá cuenta con diez provincias y tres territorios cada uno con su propia ciudad capital, los cuales se enlistan a continuación:

Provincias y sus capitales:

Columbia Británica (Victoria)
Alberta (Edmont)
Saskatchewan (Regina)
Manitota (Winnipeg)
Ontario (Toronto)
Québec (Québec)
Nuevo Brunswick (Fredericton)
Nueva Escocia (Halifax)
Isla del Principe Eduardo (Charlottetown)
Terranova y Labrador (St. John's)

Territorios y sus capitales:

Yukon (whitehorse)
Territorios del Noroeste (Yellowknife)
Nunavut (Iqualuit)⁷⁷

La economía canadiense es una de las más prósperas del mundo y está plenamente integrada a nivel internacional. Su Producto Interno Bruto (PIB) en el 2005 fue de \$ 1.111 billones de dólares, y un crecimiento del PIB del: 3.5% en el 2006. Con lo que respecta a su comercio exterior, en el año 2004, su total de

⁷⁶ “Cómo hacer Negocios en Canadá”, Consejería Comercial de México en Toronto/Consejería comercial de México en Vancouver, BANCOMEXT, México, 2005

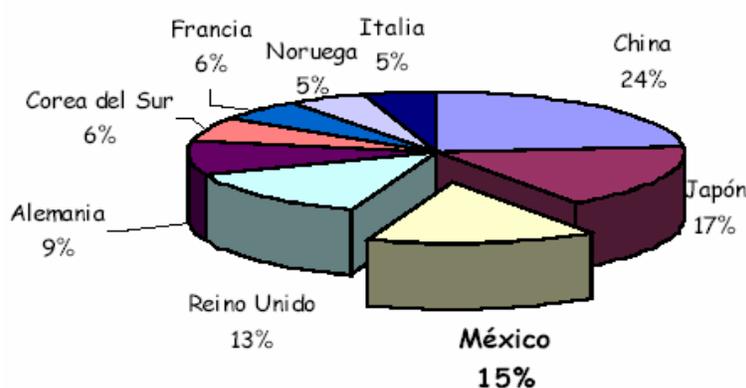
⁷⁷ Idem

exportaciones fue de \$ 411,355,244 y un total importaciones de \$ 355,237,566, de las cuales \$22,382,444 fueron provenientes de América Latina y el Caribe. Estas cifras nos indican que este país cuenta con el suficiente poder de compra y de fuerza económica para comercializar productos importados. lo que hace, que existan excelentes oportunidades de encontrar nichos de mercado para comercializar el limón mexicano.⁷⁸

El 89.60 % del comercio exterior canadiense se realiza con sus diez principales socios comerciales. A la cabeza está Estados Unidos con el 72.64%, le sigue China con 4.02%, Japón con un 2.85%, **México con 2.55%**, aunque su volumen de participación no es muy grande, aún tiene una posición privilegiada ante la competencia europea e incluso ante China y Japón en cuanto a productos agrícolas. Siendo Noruega e Italia los socios menores como se muestra a continuación:⁷⁹

Gráfica No. 8

Principales Socios Comerciales de Canadá (sin incluir a EUA)



Fuente: World Trade Atlas of Canada, 2005.

⁷⁸ Ver <http://www.indexmundi.com/es/canada>, consultado el día 13/01/07

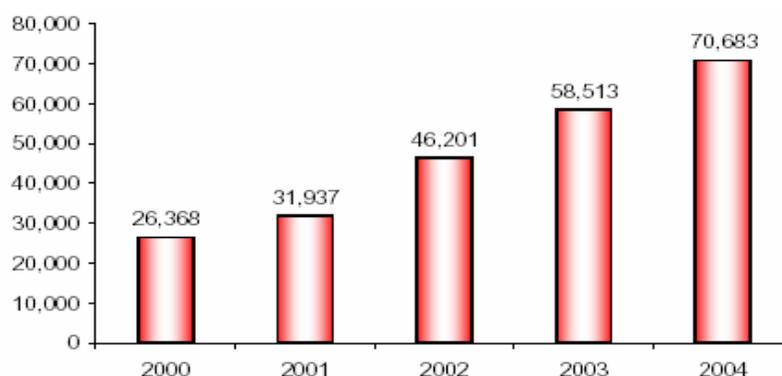
⁷⁹ “Cómo hacer Negocios en Canadá”, Consejería Comercial de México en Toronto/Consejería comercial de México en Vancouver, BANCOMEXT, México, 2005

Al encontrarse México entre los primeros cinco países que comercializan productos con este país, lo ubica en una posición preferente ante sus posibles competidores, esto aunado a su cercanía geográfica que también es un factor importante para la reducción de costos.⁸⁰

Las exportaciones agroalimentarias de México aumentaron 12% en el año 2004, pasando de \$58,523 millones de US dólares en el 2003 a \$70,683 millones USD en el año 2004. Estos datos son positivos pues la demanda ha ido en aumento, incluso de más del 50% a comparación de las ventas en el año 2000, como lo presenta la siguiente gráfica:⁸¹

Gráfica No. 9

Exportaciones agropecuarias de México a Canadá



Fuente: Ministerio de Agricultura de Canadá con información del Departamento Canadiense de Estadísticas

La industria agroalimentaria se encuentra entre las cinco principales industrias y su participación en el PIB es de alrededor del 9%. Aunque los Estados Unidos continúa siendo su principal socio comercial y su mutua dependencia económica

⁸⁰ Consejería Comercial de México en Toronto, “Cómo hacer negocios en Canadá” Ficha país Canadá, BANCOMEXT, México, 2005, p. 11

⁸¹ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, “Boletín del Agroexportador”, Revista Claridades Agropecuarias, Núm. 149, enero de 2006, México, p.45-57

es relevante, Canadá depende altamente de las importaciones de alimentos y compra de forma regular productos de más de cien países, de los cuales, México es uno de sus principales proveedores.⁸²

Canadá, es considerado un país “amigable y de apertura” en relación con sus políticas comerciales, siempre y cuando estas no afecten a sus industrias locales. Esto implica una oportunidad para la comercialización del limón mexicano ya que es un fruto que no se produce en Canadá por ser un producto de clima cálido y por lo tanto no afecta a productores locales, pues dentro de los grupos de productos en los que Canadá presenta bajos niveles de autosuficiencia se encuentra la fruta, al importar un 80% de lo que consume. Los principales productos de importación de Canadá son: el maíz, azúcar, frutas, vegetales y estimulantes como el cacao y el café.⁸³

No obstante que la población en Canadá es de apenas 31 millones de habitantes, constituye un mercado para frutas y hortalizas con gran potencial para México, que se sitúa entre los diez países líderes en exportación de verduras y frutas, principalmente de: aguacate, limón, cebolla, pimiento dulce, papaya, mango, naranja, garbanzo, toronja, coco, espárragos, café, plátano, sandía, piña, fresa y tomate. Los canadienses consumen en promedio de una a dos piezas de frutas y hortalizas más que los estadounidenses.⁸⁴

En la actualidad, con la apertura de los mercados internacionales Canadá es un lugar atractivo para la inversión extranjera al ofrecer una gran estabilidad para la actividad empresarial, una mano de obra muy calificada, una amplia red de comunicaciones e infraestructura y un alto nivel tecnológico. Canadá ha desarrollado relaciones comerciales cada vez más estrechas con los países de

⁸² Ver http://www.iica.int/ni/Estudios_PDF/Estudio_Canada.pdf, consultado el día 30/12/06

⁸³ Ver <http://aceis.agr.ca/cb/factsheets/2indus-e.html>, consultado el día 30/12/06

⁸⁴ Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C., “ Alimentos Frescos, Guía de Exportación Sectorial”, 2ª. Edición, México, 2000, p.13

América Latina y el Caribe. Prueba de ello son los Acuerdos de Libre Comercio que firmó con Chile en 1996 y con Costa Rica en 2001; siendo sin duda el más importante, el firmado en 1994 con América del Norte.

Como consecuencia del acuerdo celebrado en materia económica entre los países del norte del continente americano, Canadá se convierte en un mercado significativo para las exportaciones mexicanas, principalmente, por el arancel exento del que gozan la gran mayoría de los productos mexicanos.

El 5 de febrero de 1991 los ejecutivos de México, Canadá y Estados Unidos anunciaron la decisión de suscribir un Tratado Trilateral de Libre Comercio, el cual entró en vigor el 01 de enero de 1994⁸⁵ (lo que lo lleva a ser un acuerdo de tercera generación), y al que se le conoce como TLCAN o NAFTA por sus siglas en inglés.⁸⁶

En el ámbito regional es el principal instrumento que regula las transacciones comerciales de México con sus socios comerciales más importantes del continente.

La entrada en vigor del TLCAN, ha permitido que el comercio agropecuario bilateral entre México y Canadá se incremente significativamente.

El *tratado de libre comercio* es una fase o una forma de integración económica que permite a quienes lo celebran agilizar su comercio, hacer más fluidas sus transacciones comerciales y con ello fortalecer sus economías. Es un acuerdo entre un grupo de dos o más países para eliminar las barreras arancelarias y la mayoría de las no arancelarias dentro de su comercio. En algunos casos se

⁸⁵ Se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 20 de diciembre de 1993

⁸⁶ El principal acuerdo Internacional signado por México que reglamenta el comercio internacional multilateral es el Acuerdo por el que se establece la OMC. (GATT)

incluye también la liberación de servicios e inversión; así como mecanismos para la resolución de controversias comerciales. Solamente los países firmantes son los que tienen estas facilidades, cada país participante mantiene en vigor, en forma independiente, su estructura arancelaria para las importaciones procedentes de países que no son miembros.⁸⁷

Los objetivos bajo los cuales se celebró el TLCAN (Art. 102), expresados en sus principios y reglas, principalmente los de trato nacional, trato de nación más favorecida y transparencia son los siguientes:⁸⁸

- Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y de servicios entre los territorios de las Partes;
- Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio;
- Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las partes;
- Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual en territorio de cada una de las partes;
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de ese Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias; y
- Establecer lineamientos para la ulterior cooperación trilateral, regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios de ese Tratado.

⁸⁷ La base de cualquier tratado está contenida en la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados, adoptada en 1969, dice así: “ Se entiende por *tratado* un acuerdo internacional celebrado por escrito entre Estados y regido por el derecho internacional ya conste en un instrumento único o en dos o más instrumentos conexos y cualquiera que sea su denominación particular”

Siendo el TLC una fase de integración comercial entre países, consta de siete etapas: Acuerdo Preferencial, Zona de Libre Cambio, Unión Aduanera, Unión Económica, Unión Monetaria, Unión Política y Mercado Común.

⁸⁸ Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, “Tratado de Libre Comercio de América del Norte, fracciones arancelarias y plazos de desgravación”, Tomo I, Editorial Porrúa, México, 1994, p. 11

En el capítulo VII del TLCAN referente al comercio de bienes, se hace referencia al *Sector agropecuario y de las medidas sanitarias y fitosanitarias* respectivamente⁸⁹:

*Se da la definición al término **producto agropecuario**, como un producto descrito en cualquiera de los capítulos 1 al 24 (excepto pescado y productos de pescado)⁹⁰. Cabe recordar que el limón mexicano se encuentra en el capítulo octavo como lo marca su fracción arancelaria.*

*Referente a las **Medidas sanitarias y fitosanitarias**, se establece que cualquier producto agropecuario está sujeto al cumplimiento de cualquier medida vinculada con la introducción, radicación o propagación de una plaga o una enfermedad animal o vegetal, tanto en la zona donde el bien se produzca, así como a la que el bien sea destinado tomando en cuenta cualquier condición pertinente incluidas las relativas al transporte y a la carga entre esas zonas, de tal índole que al ser adoptada por una Parte, pueda, directa o indirectamente, afectar al comercio entre las Partes.*

En lo que se refiere a la desgravación de productos agrícolas en Canadá, de las cincuenta y cuatro fracciones en que se clasifican las principales legumbres, hortalizas y frutas frescas que se exportan a Canadá, veinticuatro de ellas gozan de un arancel exento, mientras que veintiséis de ellas su periodo de desgravación "B" es a cinco años, o bien un periodo de desgravación a diez años.

⁸⁹ Con referencia a este sector, el Tratado distingue las siguientes áreas: a) apoyos internos; b) subsidios a la exportación; c) Comité de Comercio Agropecuario; d) acceso a mercados; e) normas técnicas y de comercialización agropecuaria, y f) medidas sanitarias y fitosanitarias.

⁹⁰ Los tres países acordaron que el sector agrícola se abriera gradualmente (por etapas) por que las tres naciones presentaban profundas asimetrías en esta actividad económica. Siendo el periodo de desgravación en diez etapas anuales iguales, comenzando el primero de enero de 1994. El 1 de enero del 2003 se inició la segunda de tres etapas que conforman la liberación total del sector.

3.1.1 Regulaciones no arancelarias, normas y control de calidad en el mercado meta

En Canadá como en cualquier otro país, es necesario cumplir con ciertos requisitos a la importación para poder ingresar el producto sin ningún problema. Estos requisitos van desde la presentación de documentos hasta el pago de impuestos derivados del valor del bien a importar.

Para realizar el despacho de importación en el mercado meta lo recomendable es contratar los servicios de un customs broker (agente aduanal), particularmente si nos encontramos lejos de la aduana canadiense (Canadian Customs office), nos ayudará en el proceso de despacho. Así como en México, también comparte la responsabilidad con el importador.

El customs broker informará que documentos se deben proporcionar a la Canada Customs, ya sea por vía electrónica o personalmente. En general se debe entregar una carpeta de embarque que incluye los siguientes documentos:

- Dos copias de la factura comercial.
- Dos copias del documento de control de carga o conocimiento de embarque (Cargo Control Document).
- Dos copias de la Forma B3, que es usada para el pago de impuestos aduaneros y otros impuestos. (Canada Customs Coding Form).
- Certificado de origen.
- Permisos de importación, certificado de salud, certificado sanitario y fitosanitario, certificado de inspección o cualquier otro documento requerido para su importación.⁹¹

⁹¹ Kautz, W. Gerhad "Exporting to Canada" A guide for american companies, Self Counsel Press, Business series (a subsidiary of) International Self-Counsel Press Ltd., First edition, Canada, 2001, p. 152

En relación a estos documentos, la Aduana canadiense tiene su propio formato de factura (Canada Customs Invoice), la cual prefiere que se haga uso de ella; de cualquier forma se puede presentar cualquier factura comercial que indique el nombre del proveedor, consignatario, país de origen, precio pagado, cantidad y una detallada descripción de la mercancía.

Al igual que en la factura, la Aduana de Canadá prefiere usar su propio formato de control de carga llamado Form A8A (Customs Cargo Control Document), aunque la mayoría de los carriers tienen su propio formato. Una copia se entrega a la Aduana de Canadá para reportar la carga, otra copia se envía al exportador para informar el arribo de la mercancía a destino.

En la forma B3, se enlistan los impuestos aduaneros y otros impuestos a pagar.⁹²

Es muy importante llenar correctamente esta forma, se recomienda que el Custom broker asesore al exportador. La información que se debe incluir en el formato es:

- Nombre del importador y el número de cuenta ya sea del importador o del exportador.
- Descripción de la mercancía.
- Fecha de embarque.
- Trato arancelario.
- País de origen.
- Fracción arancelaria.
- Valor para aduana.
- Arancel correspondiente o tasa arancelaria y
- Cálculo de impuestos a pagar.

⁹² Este formato se encuentra disponible en Internet en www.ccradrc.gc.ca/E/pbg/cf/b3bq/README.html, en este caso al tratarse de un producto libre de arancel no se hará uso de esta forma.

En lo que corresponde al certificado, el TLCAN da la facilidad de presentar solo copia ante las autoridades aduaneras pero es importante que sea legible.

Finalmente, la documentación adicional requerida que avale el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias nos será notificada por el custom broker, así como el monto total de gastos a cubrir.

La importación de productos en Canadá paga el 7% sobre el valor de la mercancía por concepto de recaudación de impuestos por bienes y servicios (Goods and Services Tax), salvo algunas excepciones. Generalmente este pago se hace a la Canada Customs office. Cuando se revende la mercancía, se debe cargar al comprador el Goods and Services Tax realizado, para compensar así, el pago realizado a la Canada Customs.⁹³

Haciendo referencia más amplia al apartado del cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias en este caso referentes a la importación de productos hortofrutícolas a Canadá, estos productos se encuentran sujetos a las especificaciones y normas de calidad establecidas por el Ministerio de Agricultura de Canadá, las cuales se encuentran comprendidas en el capítulo de frutas y vegetales frescos y congelados de la “Canada Agricultural Products Act” –las disposiciones de esta ley agrícola son aplicadas por el Departamento de Agricultura de Canadá a todos los alimentos frescos que provienen del extranjero- y que señala: “Los productos agrícolas frescos que entran a Canadá están sujetos a revisión por parte de las autoridades competentes, las cuales expedirán el certificado correspondiente . Estas autoridades son:⁹⁴

“Food and Drug Inspection” (Health and welfare), dicha dependencia se encarga de analizar muestras de los embarques a fin de verificar que dichos productos no

⁹³ Ver <http://www.canadabusiness.gc.ca>, consultado el día 29/12/06

⁹⁴ Kautz, W. Gerhad “Exporting to Canada” A guide for american companies, Self Counsel Press, Business series (a subsidiary of) International Self-Counsel Press Ltd., First edition, Canada, 2001, p. 157

contengan residuos de insecticidas, pesticidas y /o germicidas o alguna otra sustancia no aceptada por las autoridades sanitarias.

“Plant Quarantie Inspector” (Agricultura Canadá), tiene a su cargo la revisión de los productos a importar para determinar el que no tengan plagas, así mismo se requiere que estos sean enviados en contenedores limpios y con material de empaque nuevo.

Estas inspecciones en la práctica establecen que un comprador debe confirmar por fax al exportador o vendedor, que la mercancía llegó en buen estado, y de acuerdo a las especificaciones de calidad y de madurez pactadas. Cabe señalar que si el producto está dañado o deteriorado al arribo en destino, el distribuidor o comprador autorizado en ese destino, puede obtener un certificado de acuerdo a los siguientes procedimientos:

- Dentro de las 24 horas después de recibir noticias del arribo del producto, debe avisar al vendedor o a su representante local por cable, fax, etc., el presunto daño sufrido a la mercancía; también se envía copia del certificado de inspección al expedidor o embarcador del producto.
- Reportar, en forma oral o escrita al vendedor, de los resultados de la inspección.⁹⁵

Es importante hacer mención que si un importador canadiense recibe productos deteriorados o ha accedido a manipular productos deteriorados, la ley requiere que solicite una inspección de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos dentro de las 24 horas posteriores a la recepción del producto como se mencionó en el párrafo anterior. La razón para este procedimiento es ayudar a delimitar

⁹⁵ Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, “Boletín del Agro exportador”, Revista Claridades Agropecuarias, Núm. 149, enero de 2006, México, p.45-57

responsabilidades con objeto de que el vendedor y el comprador lleguen a un acuerdo de compensación justo.

Otro requisito fundamental, consiste en que todo importador canadiense –de productos frescos-, debe de presentar ante la aduana, un formulario de confirmación de venta (CDV). Este formulario debe ser llenado por triplicado, se debe de llenar para que se pueda verificar la firma de quien compra y de quien vende, detalles de la venta, nombres y direcciones del comprador y del vendedor, descripción del producto, así como evidencia de que el concesionario compró o tenía un acuerdo para comprar los productos agrícolas, por lo que se hace llegar una copia al exportador para que también la firme. Si este último no la objeta de inmediato notificando que la venta fue realizada en términos contrarios a lo pactado, se presumirá en forma concluyente que está de acuerdo con los términos especificados en dicho formato.⁹⁶

En lo concerniente a las normas de calidad para frutas y hortalizas cabe señalar que se encuentran consignadas básicamente en la Regulación para las Frutas Frescas y Vegetales (Fresh Fruit and Vegetables Regulations), del Código de Regulaciones Federales.⁹⁷ El gobierno canadiense reconoce las normas instrumentadas por gobiernos extranjeros con los que mantiene relaciones comerciales, siempre y cuando sean similares y/o equivalentes a las suyas.

El Ministerio de Agricultura de Canadá también indica que se debe tramitar un permiso de importación, esto lo consigna la Regulación sobre la Entrega de Permisos y el Arbitraje. El permiso dependerá del tipo de negocio que se esté tratando, por lo que es importante que el exportador verifique que el importador, dealer, broker o la persona que se haya contactado en Canadá posea un permiso vigente, es decir que su licencia como importador esté en orden, así como poseer

⁹⁶ Idem, p.3

⁹⁷ Estas normas están determinadas por tamaño, peso, variedad, maduración, presentación y empaque del producto.

los registros de sus operaciones en los últimos dos años. En el caso de frutas y hortalizas, el importador canadiense debe de poseer una licencia de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA) o ser miembro de la Corporación de Resolución de Controversias Privadas (DRC).⁹⁸

El Ministerio de Salud del Canadá (Health Canada) y el Organismo de Inspección de los Alimentos del Canadá (Canada Food Inspection Agency), son dependencias que también se encuentran relacionadas para la tramitación de la documentación pertinente al momento de realizar la importación. Así como para actualizar la legislación nacional de alimentos y a reforzar el sistema de control de los alimentos.

Finalmente otro de los requerimientos a los que se encuentran sujetos los productos agropecuarios para ingresar al mercado canadiense es el etiquetado, que se encuentra regulado por el Canadian Food Inspection Agency o bien Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos, es el organismo que regula aquellos aspectos relacionados con el envasado, etiquetado y composición de alimentos en general; la Fresh Fruit and Vegetables Regulations de frutas y verduras frescas, así como la Ley de Rotulación y Empaque para el consumo de Canadá que hacen mención de los siguientes requerimientos de rotulación:

- Todo empaque, además de contar con una ventilación adecuada, debe mostrar la siguiente información (en inglés y francés)
- Nombre común del producto y variedad.
- Marca.
- Nivel de grado o calidad del producto. (una vez determinado el grado para cada producto, este deberá de marcarse en los contenedores y empaques del producto a fin de proceder a su importación.

⁹⁸ Esto avala la seriedad del importador en sus contratos comerciales.

- Peso del paquete en libras y kilogramos y número de unidades que contiene el mismo.
- País y región de origen (product of).
- Nombre y dirección del productor, empacador y/o exportador.
- Normas.
- Número de envío (número de lote).
- Certificado Fitosanitario.
- Cuidados que deben de observarse para su manejo y protección.⁹⁹

Estos requerimientos son a partir de las siguientes normas:

- Canada Agricultural Products and Regulations.
- Meta Inspection Act and Regulations.
- Food and Drugs Act and Regulations.
- Consumer Packaging and labelling Act and Regulations.¹⁰⁰

El Food and Drugs Act and Regulations, es la norma principal que regula los requerimientos de seguridad y salubridad de los alimentos comercializados en el mercado canadiense, ya sean nacionales o importados.¹⁰¹

Tal como se lleva a cabo en la Aduana mexicana, en cualquier momento, la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos puede inspeccionar, al azar, cualquier producto alimenticio para asegurarse de que cumple con los requisitos mínimos, categoría, etiquetado, envases estándares y requisitos sanitarios. Los productos que no cumplan con los requisitos establecidos serán retenidos hasta que se cumplan, en caso contrario pueden ser enviados de vuelta a su lugar de origen o destruidos.

⁹⁹ Kautz, W. Gerhad, *op. cit.*, p. 158

¹⁰⁰ Ver <http://www.inspection.gc.ca>, consultado el día 29/12/06

¹⁰¹ Idem

Es recomendable atender y apegarse adecuadamente a las normas y leyes que emite el Gobierno Canadiense para que el producto cumpla con los mínimos requeridos en relación al producto y lograr una operación libre de contratiempos.

3.1.2 Características de los consumidores

El comercio de productos agropecuarios en Canadá va destinado a una población de 32 millones aproximadamente, de los cuales 12,332,593 residen en Ontario, convirtiéndose en la provincia más poblada de Canadá, siendo Toronto y Ottawa las principales ciudades.¹⁰²

En Canadá existen importantes comunidades de inmigrantes originarias de Europa Occidental y Oriental, Asia, América Latina y el Caribe. El gobierno federal reconoce oficialmente el carácter multicultural de la sociedad canadiense y promueve la diversidad cultural dentro de los organismos oficiales. Es uno de los países con mayores índices de inmigración y por lo tanto con una gran diversidad cultural. Esta diversidad también se ve representada en la alimentación y el tipo de productos que se consumen pues los grupos de inmigrantes tratan de conservar su tradición gastronómica y el limón es un producto de gran consumo en estas regiones. En el caso de las comunidades latinas que cada vez va en aumento, la variedad de limón mexicano es conocida por sus características de mayor sabor y aroma; por lo que se considera que este cítrico puede aumentar su consumo en el mercado canadiense e iniciar su penetración en las regiones del norte del país, pues como se sabe, el limón es altamente recomendado en México en época de invierno por su alto contenido en vitamina C como fuente de defensa ante resfriados que será gran aliado para las comunidades de inmigrantes que no están acostumbradas a las bajas temperaturas de Canadá.

¹⁰² “Cómo hacer Negocios en Canadá”, Consejería Comercial de México en Toronto/Consejería comercial de México en Vancouver, BANCOMEXT, México, 2005

La provincia de Ontario no solamente se encuentra densamente poblada por su descendencia inglesa o francesa, sino por las considerables comunidades chinas, italianas, alemanas, portuguesas y polacas -cabe mencionar que es una población que se encuentra familiarizada con el consumo del cítrico, debido a que su país de origen está entre los principales consumidores a nivel mundial, tal como se abordó en el primer apartado-. Aproximadamente doce millones de personas viven en Ontario de las cuales más de cien mil son hispano parlantes, la mayoría de ellos concentrados en el área metropolitana de Toronto.¹⁰³ La gran concentración de habitantes con los que cuenta esta provincia la convierte en un punto importante para comercializar un producto.

El consumidor canadiense tiene fuertes sentimientos patrióticos y, frecuentemente elige productos nacionales, en especial cuando éstos tienen características y costos similares a los importados. A pesar de ello, la competencia en Canadá permite a las firmas que ofrecen beneficios técnicos, características particulares y menor costo, tener éxito en el acceso al mercado canadiense. En el caso de las frutas no presentarán este problema pues como ya se ha mencionado la mayoría no se producen en el país.

La forma de ser del canadiense en términos generales es seria, así como honestos en la hora de negociar. La gente de Ontario es bastante reservada y formal.¹⁰⁴ Esto es muy importante de conocer, pues el empresario mexicano puede confiar en que su contrato de compra-venta será cumplido por el importador canadiense en los términos en los que se haya convenido.

El contacto visual es importante durante la conversación y las sonrisas siempre son bien recibidas; sin embargo debe de haber un espacio considerable entre las

¹⁰³ Ver <http://www.torontoen espanol.com/ontario.htm>, consultado el día 14/01/07

¹⁰⁴ Idem.

personas cuando se está conversando.¹⁰⁵ Tener en cuenta estas conductas cuando se esté frente al empresario canadiense ayudará a que la entrevista de negocios sea más exitosa.

La mayor parte de la gente en Ontario, las Provincias de la Pradera, British Columbia, el Yukon y territorios del Noroeste hablan inglés. En las ciudades no es común encontrar a la gente hablando en otro idioma que no sea el inglés por lo que la negociación será realizada en este idioma.

Socialmente, el país esta compuesto por una clase media urbana que disfruta de un ingreso considerado medio-alto dentro de los países industrializados, lo que significa que el canadiense en promedio cuenta con un buen nivel adquisitivo.¹⁰⁶

En lo referente a su alimentación, las grasas siguen siendo, por mucho, la principal preocupación para los compradores canadienses, seguida por las calorías, lo que hace a las frutas y hortalizas frescas, los platos congelados, los jugos frescos refrigerados, sectores en crecimiento.¹⁰⁷

Su ubicación geográfica y sus largos inviernos, le imposibilitan la producción de diversas variedades de productos horto-frutícolas frescos, como es el caso de los cítricos.

3.2 Selección del nicho de mercado

La marcada apertura a las importaciones ha hecho de Canadá un mercado altamente competitivo, con una gran diversidad de oferta en todo tipo de bienes y servicios.

¹⁰⁵ Ver http://www.canadaen espanol.com/vida_canadiense.htm, consultado el día 16/01/07

¹⁰⁶ Idem.

¹⁰⁷ Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Mercados%20internacionales/Canada/canada12.htm, consultado el día 16/01/07

La selección del mercado final se realizó bajo un plano estratégico. El producto se destinará a la provincia de Ontario en donde se encuentran dos de las ciudades más importantes del país: Ottawa, la capital política y centro tecnológico de investigación avanzada a nivel nacional; y Toronto la ciudad más grande, globalizada y centro financiero de Canadá, sede de la mayoría de matrices corporativas del país, por lo tanto quien conduce la economía canadiense. La provincia de Ontario, representa más del 40% de la economía total de Canadá jugando el rol de Nueva York o California en Estados Unidos. Así pues también alberga la mayoría de la población, lo que implica mayores oportunidades para la comercialización del producto, aparte de que esta provincia se encuentra en la frontera con Estados Unidos, lo que facilita su transportación.¹⁰⁸

Ontario ha sido declarada “Open for Business Again” (“Abierta a los negocios nuevamente”). Por su ubicación central, muchas empresas firman acuerdos para la distribución de los productos a nivel nacional con compañías localizadas en esta ciudad. Es por esto que a partir de esta ciudad se busca difundir la comercialización del limón mexicano a todo el país.

Con una sociedad altamente multicultural, su enorme diversidad étnica se ve reflejada en las variables de consumo y la permanente disponibilidad de nuevos alimentos.

La diversidad cultural que existe lo hace un factor determinante en los patrones de consumo. La gama de culturas ha creado diferentes segmentos de mercado de acuerdo a las costumbres y gustos de cada grupo étnico, en combinación con los distintos niveles de ingreso.

Como se acaba de mencionar son diversos los aspectos que hacen de Ontario un importante nicho de mercado para comercializar el producto. El factor económico

¹⁰⁸ Ver <http://www.torontoen español.com/negocios.htm>, consultado el día 16/01/07

es determinante, pues en esta provincia en particular el ciudadano cuenta con un elevado poder adquisitivo que le permite comprar alimentos de importación; por lo tanto posee los medios económicos para cuidar de su salud y alimentarse de productos frescos, sanos y que produzcan los menores riesgos posibles a la salud; por lo que la apetencia por las frutas y verduras cobra relevante importancia.

El limón mexicano tiene muchas propiedades que lo hacen un producto atractivo; en el 2005 las importaciones de limón fueron de \$24,966,400.00 de dólares canadienses.¹⁰⁹

Finalmente, los adelantos tecnológicos observados en las industrias de la conservación y transporte de alimentos favorece esta tendencia a la importación de productos cada vez más diversos y de orígenes muy distantes.

Todo lo anterior crea las condiciones de un floreciente y estable mercado canadiense para los productos frescos y en particular, para los cítricos.

3.3 Análisis de la competencia

Estados Unidos figura como el principal productor de limón en el mundo. Según "The Packer", California y Arizona producen virtualmente el total de limones consumidos en el país y aproximadamente un tercio del consumo mundial. La producción de Florida es también muy significativa por lo que representa el principal competidor de México en cuanto a limón se refiere, aunque no produce la variedad de limón mexicano, lo que representa una oportunidad de

¹⁰⁹ Statistics Agriculture and Agri-Food Canada, 2005

comercialización para México que junto con Estados Unidos son países suministradores en invierno¹¹⁰

Otros países productores importantes de limón, son Brasil, Colombia, Chile, Bahamas, República Dominicana dentro del continente americano y que son suministradores de verano, sin embargo México cuenta con ventajas que lo posicionan por arriba de sus competidores como son su ubicación más cercana y el arancel exento del que goza el limón mexicano para su importación a este país.¹¹¹

Referente a la competencia en cuanto a los principales productores de limón del estado de Colima se encuentran:

- Limones la Palmita y el Metate, S. A. de C. V.
- Limones de Tecomán Colima, S.A. de C. V.
- Sicar, S.A. de C. V.
- Frutec, S.A. de C. V.
- Industrias Agrícolas de Tecomán, S.A. de C. V.¹¹²

3.4 Una oferta exportable (estrategia de comercialización)

Partiendo de la base de que el mercado de cítricos frescos en Canadá está perfectamente consolidado y es creciente aún en épocas de recesión económica, Las estrategias de venta en Canadá pueden variar significativamente dependiendo del tipo de producto o servicio que se desea vender y del mercado regional al que se apunta. Es importante notar las diferencias culturales que, en

¹¹⁰ Atristain, Deras, José Luis, “Cítricos Frescos en Canadá”, Estudio de Mercado, Oficina Comercial de España en Toronto, Canadá, 2002, p.18

¹¹¹ Idem.

¹¹² Ver <http://www.infoserca.gob.mx/mexbest/proexporta2002/colima.htm>, consultado el día 15/01/07

varios casos, requerirán técnicas de venta, publicidad y marketing a la medida canadiense.

Aunque las estrategias de marketing y publicidad utilizadas en el mercado doméstico pudieran resultar efectivas en Canadá, se recomienda hacer una evaluación previa de ellas antes de su implementación, basando su oferta en los aspectos positivos del producto como su contenido nutritivo y sus cualidades de producto sano, a través de fomento y cuidado, así como presentar una corriente estable, creciente y sobre todo transparente de productos cítricos frescos.

Para su publicidad y promoción se utiliza una importante variedad de medios para hacer publicidad en Canadá. La televisión se lleva el mayor porcentaje de ingresos netos por publicidad; le siguen las revistas y los diarios.

En Canadá operan más de cuatrocientas cincuenta empresas de publicidad, la mayoría subsidiarias de compañías estadounidenses. Se puede encontrar información detallada con costos y listas de representantes de medios y agencias de publicidad en la publicación denominada “Canadian Advertising Rates and Data” de Maclean Hunter, Ltd.¹¹³

En el área de medios impresos, se publican diariamente en Canadá ciento veinticuatro periódicos. Más del 85% están en inglés, el 10% en francés y el resto en otras lenguas. Las revistas especializadas, muchas de las cuales son enviadas a un público específico sin cargo, contienen abundante publicidad. Existen revistas especializadas prácticamente por cada industria o sector en Canadá.¹¹⁴

La determinación del precio es la clave en lo que hace a competitividad frente a los productos canadienses y de terceros países en los mercados de bienes

¹¹³ Ver http://www.canadaenspanol.com/vida_canadiense.htm, consultado el día 16/01/07

¹¹⁴ Idem.

intermedios y de consumo final. En el sector minorista, por ejemplo, las grandes tiendas han tendido a políticas de precios altamente competitivos.

Al determinar los niveles apropiados de precios, se debe de tener cuidado de no infringir las leyes de competencia leal como “dumping” o “predatory pricing”.

Así mismo es de gran importancia dar el servicio al cliente con puntualidad, cumplimiento, seguimiento y solución de problemas; adoptando un gran compromiso y visión a largo plazo.

3.5 Negociación de compra-venta

Dependiendo de la negociación que se realice con el o los importadores canadienses, será la utilización del incoterm que será puesto claramente en el contrato de compra venta internacional y en la factura comercial para evitar controversias.

Si es la primera exportación al mercado canadiense, se recomienda utilizar el incoterm DAF (Delivered at Frontier) o bien entregado en frontera.

Este término de venta es de uso exclusivo para transporte terrestre, incluye:

- Flete terrestre, desde el punto de origen hasta la frontera de exportación.
- Honorarios de Broker o agente aduanal para exportación, así como pago de transbordos y otro tipo de maniobras como la liberación del IN-BOND.
- El trámite de exportación ante la aduana terrestre fronteriza hasta el punto de entrega en el puente o cruce internacional de destino.¹¹⁵

¹¹⁵ Jerez, Riesco, José Luis, “Comercio Internacional”, Editorial ESIC, Madrid, 2000, p. 101

En este incoterm, el que vende se compromete a entregar al comprador justo en la frontera, en este caso de Canadá, después de haber sido exportada la mercancía. No incluye seguro, custodia ni otros servicios. El punto de entrega se verifica en el momento en que la parte vendedora coloca el trailer en la línea divisoria internacional antes de cruzar, quedando pendiente únicamente el despacho de importación, impuestos y flete al otro lado de la frontera.

En el caso de la comercialización de productos como los cítricos, existen dos fórmulas fundamentales de contratación de embarques. Por una parte, aparece la compra en firme normalmente por una cadena o un importador mayorista, donde se establece una orden de suministro que determina un volumen expresado en peso o envase y fija variedades específicas y a veces grados de maduración.

La cotización más usual es CIF (Cost, Insurance and Freight), esta política se usa normalmente por los operadores de los mercados e importadores independientes, para mercancías denominada "specialties" como el limón mexicano.

Este término significa que la mercancía será puesta en frontera de destino con el flete pagado y el seguro cubierto durante el transporte.

Otra modalidad es la negociación de un contrato de temporada (dos a tres meses) con un grupo de suministradores, donde se establece un volumen aproximado de toneladas y la frecuencia semanal de suministro. Debido a la magnitud del contrato (2,000 a 3,000 toneladas) normalmente la cadena se compromete a contratar el flete y deja establecido en las instalaciones del suministrador en origen un módulo de inspección de embarque y carga de la que considera ya su mercancía. Evidentemente el precio de compra es sumamente bajo, pero es un precio firme, solo sujeto a cambios, por problemas de calidad o por rechazos fitosanitarios. La modalidad de la cotización es FOB y en dólares

norteamericanos, la forma de pago es a través de carta de crédito o pago contra documentos de embarque a través de una institución bancaria internacional.¹¹⁶

Existen otros términos de comercialización, la clasificación de los incoterms, se efectúan en cuatro grupos:¹¹⁷

Tabla No. 2

INCOTERMS

Grupo E	EXW	EX Works (en fábrica)
Grupo F	FCA FAS FOB	Free Carrier Free Alongside Ship Free On Board
Grupo C	CFR CIF CPT CIPT	Cost and Freight Cost, Insurrance and Freight Carriage Paid To Carriage and Insurrance Paid
Grupo D	DAF DES DEQ DDU DDP	Delivered At Frontier Delivered Ex Ship Delivered Ex Quay Delivered Duty Unpaid Delivered Duty Paid

Cuando se utilizan en los contratos los Incoterms, las partes conocen que se comprometen a una serie de requisitos y exigencias mutuas que se derivan del término comercial seleccionado y aceptado bilateralmente. Así también el canal de distribución seleccionado será determinante en la expansión del producto.

¹¹⁶ Atristain, Deras, José Luis, op. cit., p.25

¹¹⁷ Jerez, Riesco, José Luis, op. cit., p. 61

3.6 Canal de distribución internacional

La elección del canal que se emplee en la exportación es sumamente importante, pues en gran parte de esto dependerá el éxito de las ventas al exterior.

A nivel internacional las empacadoras son las encargadas de las ventas a consignación o venta directa a mercados terminales. Existen varios canales de distribución, pero solamente se tratarán tres como posibles de utilizar:

- Agentes comerciales.
- Brokers o intermediarios.
- Importadores especializados.
- Mayoristas (mercado terminales).
- Cadenas de supermercados.
- Distribuidores.¹¹⁸

Distribuidores. Una de las más completas formas de hacer llegar la producción al extranjero, es por medio de una empresa que cuente con almacenes, vendedores y algunas veces hasta tiendas propias. Este canal se le conoce con el nombre de distribuidores, y trabaja normalmente a través de descuentos. Son compañías dedicadas a la comercialización no sólo del limón sino de otras frutas y hortalizas, cuentan con grandes instalaciones para desembarque y reempaque en grandes volúmenes y cobran frecuentemente el 12% de comisión sobre el precio.¹¹⁹

La casi nula inversión requerida, el mejor conocimiento por parte del distribuidor de las condiciones políticas y económicas del país importador, la disponibilidad de almacén y crédito, hacen de este canal uno de los más usados, aunque existe la

¹¹⁸ Ver http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/Estudio_Canada.pdf, consultado el día 16/01/07

¹¹⁹ Ver http://www.pfid.msu.edu/media/publications/marketstudies/Lemon_Spanish.doc, consultado el día 16/01/07

posibilidad de que una persona tenga varias líneas, lo que ocasiona una menor atención para cada uno de ellos.

En Canadá muchos distribuidores pretenden trabajar “on a two-tier comisión basis”, es decir, para contratos de embarque se ofrece a los agentes una comisión baja, recibiendo una comisión más alta cuando las compras se hacen del propio stock del agente local. Los bienes de consumo son comprados por importadores mayoristas, grandes tiendas, tiendas de venta por correo, cadenas de tiendas, cooperativas de compra de mayoristas y minoristas o minoristas que comercializan un único rubro.

El canal minorista de comercialización por excelencia para productos alimenticios es el negocio de almacenes que incluye a los supermercados, las tiendas de alimentos, los de 24 horas y las estaciones de servicio. Aunque existe incremento en las ventas del sector alimenticio en negocios no tradicionales como: tiendas mayoristas, club de depósitos y drugstores.

Otra forma distribución es la que llevan a cabo las grandes cadenas, donde la concentración del poder de compra genera dificultades y restricciones en las prácticas comerciales de compra-venta; exigencias de las cadenas que pueden llegar a ser de difícil y costoso cumplimiento por parte de los proveedores. Con el propósito de mejorar su margen de ganancia, las grandes cadenas buscan cada vez más comprarle directamente al productor o fabricante, lo cual tiene por consecuencia la eliminación de intermediarios tales como distribuidores o agentes.¹²⁰

La distribución alimenticia se encuentra concentrada por seis cadenas que se reparten más del 71% del mercado de la alimentación al detalle en Canadá, las cuales se enlistan a continuación:

¹²⁰ Ver http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/Estudio_Canada.pdf, consultado el día 16/01/07

- Loblaws, posee y opera supermercados en todas las provincias canadienses.
- Sobeys, posee y opera supermercados en nueve de las diez provincias canadienses.
- Canada Safeway, sus operaciones se sitúan en Manitoba, Saskatchewan, Alberta y Columbia Británica.
- Metro Richelieu, sus operaciones se centran principalmente en Québec, pero posee adicionalmente unos cuarenta supermercados en la provincia de Ontario.
- A & P, posee y opera supermercados exclusivamente en Ontario.
- Costco, almacenes tipo club de compras en ocho provincias canadienses.¹²¹

Dado que el negocio de almacenes en este país presenta un importante grado de concentración y los volúmenes solicitados son muy importantes para productos importados, existe una alternativa para proveerlos a través de los programas de marcas propias. Dichas marcas son las desarrolladas por estas cadenas y permiten mantener relaciones de negocios exclusivos con sus proveedores, a fin de crear nuevos productos o productos con nuevos sabores o con nuevos atributos nutricionales.

A continuación se presentan los datos de dos cadenas minoristas canadienses que se encuentran ubicadas en Ontario. Como se podrá observar manejan productos perecederos; esto como referencia si se desea tomar en cuenta por ser como ya se mencionó un importante centro de distribución de mercancías en Canadá.

¹²¹ Idem

Cadenas minoristas ubicadas en la provincia de Ontario:

TIFCO - Toronto International Farms Corporation Contactgo: Luis Grajales	<i>16 Fima Crescent Toronto, Ontario, Canadá, M8W 3P9</i> Tel : (416) 253-7200; Facsimil: (416) 253-1610 sin cargo 1-877-373-7454 Email : one4all@tifco- Canadá.com Web Site: http://www.tifco- Canadá.com/	Fundada en 1981, TIFCO representa productores y fabricantes de alimentos en América Latina. Se especializa en productos étnicos latinoamericanos e hispanos. Trabaja intensamente los cítricos argentinos y las clementinas de España. Tiene fábrica propia para la elaboración de tortillas de maíz y posee espacio refrigerado y para congelación. Principales países origen de sus importaciones: México (La Costeña, San Marcos, etc.), Brasil, Venezuela, Colombia, Puerto Rico, Perú, Argentina, Chile, Central América, USA, Vietnam.
THE GREAT ATLANTIC & PACIFIC COMPANY OF CANADÁ, LIMITED	5559 Dundas St. W., Etobicoke, Ontario, Canadá, M9B 1B9 Tel; Fax; Cell : 1- 877-76 FRESH Email : Please refer to the Web site Web Site: http://www.freshobsessed.com/	You'll find our A&P, Dominion and Ultra Food & Drug stores throughout Ontario. We are located as far North as Kapuskasing, as far South as Leamington, as far East as Hawkesbury, and as far West as Windsor. Our parent company in the United States operates over 800 grocery stores. ¹²²

Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, "Estudio de Oportunidades Comerciales para productos agrícolas seleccionados Mercado de Canadá"

Canadá es un país donde el sector de producción de alimentos y su distribución, compete con las grandes industrias extractivas y de manufactura industrial. Lo que se conoce como la industria agri-alimentaria (agri-food industry), engloba a productores, importadores, procesadores transportistas, distribuidores y minoristas de comida.

¹²²Se enlistaron Dos de los posibles importadores de limón, los cuales pueden dar una pauta al exportador sobre todo si se trata de un primer embarque, de a quien puede acercarse para ofrecer su producto, a demás de estar localizadas en Ontario que es el lugar donde se interesa realizar la comercialización de la fruta.

Cadenas de Supermercados y grupos de compra. Paralelamente, el desarrollo económico y la concentración de la población en los mencionados centros urbanos han ido creando una red de establecimientos privados del ramo alimenticio en general, que a través de los años han alcanzado un alto nivel de sofisticación en cuanto a sus cuotas de mercado al detalle.

Es comúnmente aceptado que la distribución de alimentos frescos participa de ambos canales fundamentales de distribución. Por una parte es a través de los denominados Mercados Terminales, que según los operadores del mercado, en promedio aún manejan un 40% de las importaciones de productos frescos y por otro, lo que se denomina como "retail food" o el conglomerado de cadenas de supermercados y tiendas de alimentos independientes y grupos de compra. A este último canal que no solo ocupa las grandes ciudades sino su creciente extrarradio, se le atribuye el manejo del 60% de las importaciones de productos hortícola frescos.¹²³

Broker. En el mercado canadiense de bienes de consumo, el uso de intermediarios es generalizado. Frecuentemente, cubrir completamente este mercado requiere representantes en diversos centros comerciales, en regiones diferentes de Canadá.

Cualquiera que sea el método elegido para venderles a dichas cadenas, es importante comenzar la relación comercial con un broker, ya que ellos cuentan con una gran fuerza de venta profesionalizada que entiende las peculiaridades y exigencias del sector minorista de alimentos. Además estos agentes tienen mucha experiencia en temas tales como: regulaciones sobre etiquetado y regulaciones aduaneras. Además el broker tiene contacto directo con el productor y el

¹²³ Ver http://www.pfid.msu.edu/media/publications/marketstudies/Lemon_Spanish.doc, consultado el día 17/01/07

consumidor; trabaja a base de comisión y promueve generalmente diversas líneas en varios mercados.

El ingreso de productos importados al mercado minorista canadiense difiere de acuerdo a la naturaleza del producto y a la naturaleza del negocio minorista.

Los bienes perecederos y en especial los de alto valor agregado como frutas y hortalizas lavadas, cortadas y envasadas, así como los productos lácteos, la carne y el huevo ingresan a través de firmas mayoristas o son colocados por los brokers en centros de distribución minoristas.¹²⁴

El comercio minorista es consciente de la importancia de ofrecer una amplia gama de oferta a las diversas comunidades étnicas y se esfuerza por ofrecer diversidad de productos a pesar de las limitaciones y la competencia por el servicio de exhibición disponible.

Los gastos que se originan en este canal son mínimos y las negociaciones pueden continuar fácilmente pues se manejan a la vez tanto la oferta como la demanda. No obstante, no se cuenta con servicio de almacén y casi siempre las opciones de crédito son muy reducidas.

Entrar como proveedor al sector de servicios de alimentos requiere de un buen entendimiento del sistema de distribución, estar bien organizado y contar con un buen plan de negocios. Para ello es necesario tener experiencia en las ventas locales y contar con un plan de marketing, así como también desarrollar una estrategia para generar demanda del producto ofrecido y hacerlo conocer. Si no se cuenta con estas habilidades, es preferible contactarse con un broker especializado en este sector el cual tiene contactos con los principales distribuidores que proveen a los distintos segmentos.

¹²⁴ Ver http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/Estudio_Canada.pdf, consultado el día 17/01/07

Muchas de las industrias canadienses están dominadas por un grupo reducido de grandes empresas, que se encuentran concentradas geográficamente. En muchos casos, el 90% de los consumidores potenciales se encuentran en dos o tres ciudades o sus inmediaciones.¹²⁵

Toronto, la mayor área metropolitana y centro de distribución nacional de varios sectores productivos, es generalmente la ubicación más lógica para establecer una representación única. Sin embargo, establecer representantes en cada uno de estos mercados da una cobertura óptima y la habilidad de especializarse en programas de promoción adecuados a las particulares necesidades de cada uno.

El mercado se administra por una entidad del Gobierno Provincial que alquila a los mayoristas espacios denominados "stalls" o almacenes privados que además de mantener cámaras de refrigeración y oficinas, tienen un acceso a la parte central del mercado, donde llegan los clientes a examinar la mercancía. En estas instalaciones dan cabida también las oficinas de todas las entidades gubernamentales que tienen que ver con el tráfico de productos perecederos, la aduana canadiense, la agencia de inspección de alimentos y el Departamento de Agricultura del Gobierno Federal que se coordinan para desahogar los trámites aduanales de importación y establecer el control de plagas y contaminaciones.¹²⁶

3.7 Presentación, empaque y embalaje final

La presentación del producto debe de estar compuesta por limones del mismo origen, grado de calidad, tamaño y color. Las frutas van sueltas, aisladas individualmente o preempacadas en redes con 3 ó 4 frutas, en presentaciones de

¹²⁵ Idem.

¹²⁶ Idem.

medio kilogramo; estas se acomodarán en cajas chicas para 4.5 kg. cada caja, la cual será con las siguientes características:

- Cajas de cartón corrugado abatibles con hoyos de respiración.
- Dimensiones de la caja en centímetros: 30.5 (largo) x 25.4 (ancho) x 0.38 (alto).
- Dimensiones de la caja en metros: 0.305 (largo) x 0.244 (ancho) x 0.38 (alto).
- Peso de la caja 18 kg. (40lb).
- Cajas enceradas y pre refinadas para evitar humedad por el sudor de la fruta. Generalmente se emplean láminas dobles o triples en cuya capa exterior se realiza la impresión publicitaria y en la interior se adecua para que resista la humedad del producto.¹²⁷

Generalmente se colocan 9 cajas por nivel y 11 niveles de altura en un pallet. Las cajas se estibarán sobre tarimas, las que se les colocarán cuatro esquineros y se utilizará fleje para el amarre en tres partes de la estiba, para evitar que las cajas caigan en el momento de su transporte.

Generalmente los limones se comercializan en cajas de 10, 20, 40 ó 55 lb. (4.5, 9, 18, o 25 Kg.).

Las frutas y hortalizas son carga general, pues comprende una serie de productos que se transportan en cantidades más pequeñas que aquéllas a granel. Esta a su vez se manejará unita rizada ya que está compuesta por cajas.¹²⁸

¹²⁷ Ver http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/Estudio_Canada.pdf, consultado el día 17/01/07

¹²⁸ Ver http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Logistica%20exportadora/logisticaexp02.htm, consultado el día 17/01/07

3.8 Logística de exportación

La carga será enviada al mercado de destino por la vía terrestre en caja completa refrigerada de 53' (Full Truck Load), con una capacidad de carga de 20 toneladas; con un tiempo de tránsito aproximado de 7 a 10 días.

Previo contrato de los servicios de una línea transportista por parte del proveedor, ésta empresa se encargará de realizar el transporte de la mercancía hasta el lugar convenido, el cual nos lo señalará el término de compraventa en que se negoció el embarque.

La línea realizará y entregará al exportador el Bill of Lading o Guía de embarque al momento de cargar la mercancía. Este documento debe incluir los nombres direcciones y teléfonos del Agente Aduanal Mexicano, y del Agente Aduanal Americano, que en este caso se manejará uno en la frontera con México y otro en la frontera con Canadá; así como del destinatario final en los espacios apropiados del formato. Se recomienda contratar una empresa que tenga convenio con líneas terrestres americanas, para evitar problemas a la hora del cruce, pues en Estados Unidos no permiten la entrada de cajas mexicanas. Entre las líneas más importantes se encuentran: CFI, Landstar, Celadon.

En exportación se debe avisar con anticipación al agente aduanal de Matamoros que va a llegar la caja para que se vaya reservando el tractor para el transfer.

El transportista carga la mercancía en Tecomán, Colima y sigue su trayecto por el estado de Jalisco hasta Ojuelos de Jalisco-Villa de Arriaga en San Luis Potosí, continua hacia el entronque Tula-Tula, hasta llegar a la frontera norte en el estado de Tamaulipas, como se muestra a continuación:¹²⁹

¹²⁹ http://aplicaciones4.sct.gob.mx/sibuac_internet/ControllerUI?action=cmdEscogeRuta, consultado el día 18/01/07

Mapa No. 1

Ruta de Tecomán, Colima a Puente Matamoros (Brownsville), Tamaulipas



Nombre	Edo.	Carretera	Long.(km)	Tiempo (Hrs)	Caseta o puente	Camión 2 ejes
Tecomán - Entronque San Marcos	Col,Jal	Zona Urbana	72.000	00:57		
Entronque San Marcos - Atenquique	Jal	Mex 054D	18.000	00:09	San Marcos	136.0
Atenquique - Usmajac	Jal	Mex 054D	36.000	00:19		
Usmajac - Entronque Acatlán de Juárez	Jal	Mex 054D	68.000	00:37	Acatlán	136.0
Entronque Acatlán de Juárez - Entronque Tonalá	Jal	Mex 015	45.000	00:34		
Entronque Tonalá - Entronque Lagos de Moreno	Jal	Mex 090D	20.000	00:10	La Joya	42.0
Entronque Lagos de Moreno - Entronque Arandas	Jal	Mex 080D	53.280	00:29	Tepatitlán	107.0
Entronque Arandas - El Desperdicio	Jal	Mex 080D	65.220	00:35	Jalostotitlán	134.0
El Desperdicio - Villa de Arriaga	Jal,SLP	Mex 080	120.000	01:23		
Villa de Arriaga - Entronque La Pila	SLP	Mex 070D	76.000	00:41	El Saucillo	155.0
Libramiento de San Luis Potosí	SLP	Mex 057D	33.760	00:18	San Nicolás de los Jassos	80.0
Entronque San Elías - Matamoros	SLP,Tams	Mex 057	630.000	07:41		
Matamoros - Puente Matamoros (Brownsville)	Tams	Zona Urbana	2.000	00:03	Matamoros	43.0
Totales			1 239 260	14:02		833.0

Fuente: Secretaria de Comunicaciones y Transportes, Subsecretaria de Infraestructura Dirección General de Desarrollo Carretero

En Matamoros se efectuará el despacho para cruzar frontera por la Aduana de Brownsville en el estado de Texas. El agente aduanal debe elaborar el pedimento bajo el régimen de Tránsito Internacional de Mercancías, de conformidad con el Artículo 130 y 131 de la Ley Aduanera en vigor.¹³⁰

Únicamente se podrá realizar el cruce por la sección aduanera del Puente Internacional Lucio Blanco-Los Indios, según lo indica el Anexo 16 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior,¹³¹ por lo tanto antes de enviar la carga se debe consultar dicho anexo para evitar un embargo precautorio.

Posteriormente el agente aduanal Americano tramita el In-Bond con una línea Transportista americana que tenga la Fianza de Road "Permiso para cargar". El In Bond es el documento de tránsito y significa que no se va a consumir nada en E.U. aunque si debe de cumplir todas las normas y requisitos de la FDA (Food Drug Administration). Cuando la línea llega a la frontera con Canada, se reporta al agente Aduanal Americano y este a su vez reporta al agente aduanal canadiense para que se proceda a cancelar el In Bond ante la aduana Americana, y sacan un IE (Formato de Immediate exportation); posteriormente tramitan la importación a Canada, con todos los requerimientos que pida el Gobierno Canadiense.

De lado americano la ruta que sigue el transportista es a partir del estado de Texas, dirigiéndose por Arkansas, Missouri, Illinois, Indiana, Michigan hasta llegar a Port Huron, como se puede observar en el siguiente mapa:

¹³⁰ “Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior ”, Instituto Superior de Estudios Fiscales, A. C., Trigésima quinta edición, México, 2005, pp. 97-98, 110

¹³¹ que la aduana se encuentre autorizada para tramitar el despacho aduanero de mercancías que inicien el tránsito internacional en la frontera norte, pues de lo contrario exponemos la carga a un embargo precautorio

MAPA No. 2

Ruta de Brownsville, Texas a Port Huron, Michigan



Fuente: www.route-66.cz/mapa.php

Al llegar a la aduana fronteriza de lado americano, cruza la frontera en Sarnia, Ontario como se muestra en el mapa.

Mapa No. 3

Punto de cruce canadiense y americano



Fuente: www.weather-forecast.com/locations/Sarnia.shtml

Finalmente en el mercado meta, el centro de distribución será la ciudad de Toronto y de ahí se distribuirá el producto hacia toda la provincia de Ontario, cubriendo así las ciudades que se encuentran dentro de la misma línea como Ottawa.

Para mantener una apariencia fresca antes de llegar Toronto y evitar la putrefacción y extender la vida comercial de la mayoría de las frutas y vegetales frescos, es preciso comenzar a bajar la temperatura y eliminar el calor del campo del producto tan pronto como sea posible después de la cosecha. Cualquier proceso de enfriamiento terminado antes de enviar el producto se conoce en la industria como pre-enfriamiento.

El objetivo de refrigerar los productos alimenticios es mantener la calidad y prolongar el tiempo de durabilidad antes de la venta, manteniendo la temperatura del producto en un punto donde el deterioro metabólico y microbiológico sea mínimo. Mantener la temperatura deseada o ideal es un factor crucial para proteger los alimentos perecederos de la pérdida de calidad durante su almacenamiento y distribución. La pérdida de calidad es un asunto tanto del tiempo, como del mal uso de la temperatura. El mal uso de la temperatura es un agravante más y aun cuando sea por períodos cortos durante la carga, transporte y descarga, puede que cuando el producto llegue a su destino haya sufrido una pérdida en calidad considerable. La humedad relativa durante el tránsito y el almacenamiento debe mantenerse cuanto sea posible.¹³² El limón tiene una tasa mediana de pérdida de humedad.

Se recomienda una humedad relativa alta, entre 90% y 95%, para la mayoría de los productos hortícola perecibles

132

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Logistica%20exportadora/Conservac_empaque_transp/transpac_k13.htm, consultado el día 18/01/07

En condiciones normales de operación y transporte, se cuenta con una vida útil de 22 a 25 días, lo anterior, a partir del corte y una vez que se le ha sacado el denominado "calor de campo". Si la cadena de frío no se ha roto hasta el anaquel del distribuidor final, normalmente en Canadá, los limones llegan al mercado con una vida útil en anaquel de 10 días como mínimo.¹³³

*Las condiciones recomendadas para el transporte son:*¹³⁴

- Temperatura de tránsito deseada: 4.5°C (40°F).
- Humedad relativa deseada: Del 90 al 95 % para la mayoría de los productos hortícolas perecibles.
- Punto de congelación más alto de la carga: -1.4°C (29.4°F).

En almacenamiento y transporte de hasta 4 semanas, los limones se pueden mantener a la temperatura más conveniente entre 4.5°C a 40°F sin que ocurran daños causados por enfriamiento, ya que es un producto sensible a daños por refrigeración.¹³⁵

Generalmente los limones se transportan desde un almacén frío y al momento de cargar están cerca de la temperatura de tránsito deseada. Pueden ventilarse si la temperatura externa está dentro de la gama de temperaturas deseadas.

Métodos recomendados para la carga:

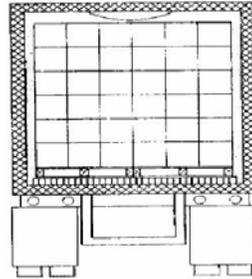
Los limones se empacan generalmente en cajas que son paletizadas para el transporte. A continuación se muestra que el patrón de carga paletizada en el camión, el cual debe ser cargado en el centro como se muestra en la siguiente figura.

¹³³ Ver <http://www.ams.usda.gov/tmd2/spanishtruck.PDF>, consultado el día 10 /01/07

¹³⁴ Idem

¹³⁵ Idem

Figura No. 2 Cargado en el centro



Colocación en el centro de cargas paletizadas

Compatibilidad de Cargas Mixtas

Muchos envíos por camión contienen dos o más productos alimenticios diferentes.

En el transporte internacional de carga, el medio terrestre se utiliza principalmente para el desplazamiento de productos a países fronterizos

Se deben tomar en consideración cinco factores importantes al determinar la compatibilidad de los productos en las cargas mixtas:

- temperatura requerida para el producto,
- humedad relativa requerida,
- emisión de gases fisiológicamente activos tales como etileno,
- características para absorber olores, y requisitos de la atmósfera modificada.
- Las temperaturas de tránsito deseadas para los productos transportados juntos deben ser razonablemente similares.¹³⁶

Ciertas frutas y vegetales producen el gas etileno durante la respiración. El etileno puede ocasionar la maduración prematura o puede dañar las zanahorias, lechuga,

¹³⁶ Ver <http://www.ams.usda.gov/tmd2/spanishtruck.PDF>, consultado el día 10 /01/07

la mayoría de las flores, y algunos productos de vivero. Al cambiar periódicamente el aire del contenedor abriendo las puertas respiradoras se ayuda a reducir la acumulación de etileno.

Es necesario evitar que se mezclen los productos que despiden olores con los que los absorben. Los olores despedidos por las manzanas, cítricos, cebollas, piñas y pescados son absorbidos fácilmente por los productos lácteos, huevos, carnes y nueces. Algunos productos, tales como las manzanas, son capaces tanto de generar como de recibir olores. Las combinaciones que deben evitarse son manzanas o peras con apio, repollo, zanahorias, papas o cebollas; apio con cebollas o zanahorias; y frutas cítricas con cualquier vegetal de mucho olor. Las manzanas y peras pueden adquirir un sabor y olor a tierra al ser transportados conjuntamente con papas.

En Paletas o por Unidad

Dependiendo del producto y el área de producción, del 75 al 90 por ciento de los envíos de frutas y vegetales frescos se realizan en la actualidad sobre paletas o protectores. Las cargas por unidad tienen la ventaja de que reducen la mano de obra y se manipula menos del producto, pero tienen requisitos únicos para proteger los productos alimenticios durante la transportación.

La elección del tipo de transporte deberá de ser cuidadoso, así como de sus características que ayudarán a que la carga llegue en las mejores condiciones al mercado de destino, cumpliendo con ordenamientos básicos, así como también el exportador debe realizar todos los trámites legales ante las autoridades correspondientes para exportar una carga económicamente respaldada en toda la trayectoria hasta el mercado final.

CAPÍTULO 4.

MARCO LEGAL Y APOYOS FINANCIEROS

El intercambio internacional de bienes en México se encuentra regulado por diversas Leyes Federales y normas mexicanas emanadas de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de donde se desprende la reglamentación en materia de comercio exterior y derecho económico del país, que conjuntamente a la Ley Sobre Celebración de Tratados, regulan directa o indirectamente la política comercial del país, pues cualquier Tratado que haya sido celebrado por México obtiene la categoría de ley nacional.

Las demás leyes que regulan el comercio exterior mexicano son la Ley Aduanera, la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, la Ley de Comercio Exterior, el Código Fiscal de la Federación, que en su conjunto, regulan y promueven tanto la entrada como la salida del territorio nacional de mercancías. Así como las Leyes que permiten el comercio y la movilización internacional de productos y con un mínimo riesgo según sea el caso.

A parte de cumplir con todo tipo de requisitos al comercio exterior, el importador o exportador según sea el caso, debe contar con apoyos financieros a través del Sistema Financiero Mexicano, como uno de los elementos de mayor importancia para mejorar la posición competitiva de un producto en el mercado mundial.

Es mediante el financiamiento que se podrán obtener los recursos necesarios, ya sea por la Banca Universal o Grupos Financieros, mediante la Banca de Primer y Segundo Piso o Banca de fomento, que cuenta con mecanismos de apoyo financiero, técnico y de impulso a los sectores, regiones y actividades del país, o bien ya sea a personas físicas o morales. Fomento que proporciona directamente el gobierno federal o bien otorgando su aval en financiamiento de la Banca nacional o Internacional.

4.1 El sistema aduanero mexicano y el marco legal de la exportación

El sistema aduanero mexicano se encuentra regulado por diversas Leyes Federales y normas mexicanas relacionadas con el acto de comercializar un bien nacional en el extranjero o viceversa.

El comercio exterior mexicano se rige internamente por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), las leyes emanadas del Congreso de la Unión, los reglamentos de las mismas emitidos por el Ejecutivo Federal y los diversos decretos y acuerdos en la materia, siempre que tengan relación directa con el intercambio internacional de bienes, servicios, tecnologías y capitales.

Su fundamento legal se encuentra en el Artículo 131 Constitucional, que señala a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos como máximo ordenamiento del Sistema Jurídico de México y la primera fuente de donde emanan las normas que rigen en nuestro país el comercio exterior, es donde se desprende la reglamentación en materia de comercio exterior y derecho económico de nuestro país, y la encontramos en la fracción II del artículo 131 constitucional¹³⁷.

¹³⁷ *Es facultad privativa de la Federación gravar las mercancías que se importen o exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aun prohibir, por motivos de seguridad o policía, la circulación en el interior de la República de toda clase de efectos, cualquiera que sea su procedencia; pero sin que la misma Federación pueda establecer ni dictar en el Distrito Federal, los impuestos y la leyes que expresan las fracciones VI y VIII del artículo 117 Constitucional.* En este artículo nos señala el poder que tiene el Ejecutivo al ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación expedidas por el propio Congreso, y para crear otras, así como para restringir y para prohibir las importaciones, las exportaciones y el tránsito de productos, artículos y efectos, cuando lo estime urgente, a fin de regular el comercio exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional o de realizar cualquier otro propósito en beneficio del país. Este precepto constitucional es reglamentado por la Ley de Comercio Exterior publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de enero de 1986.

El régimen jurídico externo también tiene como fuente primaria la Constitución y como fuente secundaria al conjunto de acuerdos y tratados internacionales (también encuentran su validez en la CPEUM y en la Ley Sobre Celebración de Tratados (LSCT)¹³⁸, bilaterales y multilaterales que regulan directa o indirectamente la política comercial del país y que han sido suscritos por el Presidente de la República y aprobados por el Senado. Esta aprobación por parte del Senado, le da a este instrumento la categoría de ley nacional de la más alta jerarquía al contenido del tratado, previamente el tratado internacional suscrito por México haya seguido el procedimiento establecido en los artículos 133, 89 fracción X, 76 fracción I, y 117 fracción I¹³⁹, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos¹⁴⁰.

¹³⁸ La presente Ley tiene por objeto regular la celebración de tratados y acuerdos interinstitucionales en el ámbito internacional. Los tratados sólo podrán ser celebrados entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y uno o varios sujetos de derecho internacional público.

¹³⁹ Los preceptos constitucionales que sirven de base a todos estos instrumentos que celebra el gobierno de México son: El artículo 133 del pacto federal, el cual señala:

Esta Constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanan de ella y todos los tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados y que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del Senado, serán la:

Ley Suprema de toda la Unión. Los jueces de cada estado se arreglarán a dicha Constitución, Leyes y tratados a pesar de las disposiciones en contrario que pueda haber en las Constituciones o leyes de los Estados.

Dicho precepto se complementa con el artículo 89, fracción 10ª *Las facultades y obligaciones del presidente son las siguientes: Dirigir la política exterior y celebrar tratados internacionales, sometiéndolos a la aprobación del Senado*

Por su parte el artículo 76, fracción 1ª., *expresa que corresponde al Senado de la República, dentro del procedimiento a que están sujetas las negociaciones internacionales, aprobar los tratados internacionales y las convenciones diplomáticas que celebre el Ejecutivo de la Unión, siempre que no se vulnere ningún precepto.*

El artículo 117 fracción I de la referida Carta Magna establece que: “ *Los Estados no pueden, en ningún caso: I. Celebrar alianza, tratado o coalición con otro Estado ni con las potencias extranjeras*” o constitucional.

¹⁴⁰ Trejo Vargas, Pedro “El Sistema Aduanero de México”, Secretaría de Hacienda y Crédito Público Aduana México, SAT, México, 2003, p. 45

Así mismo la CPEUM nos da la libertad de desempeñar el acto o actividad que uno decida llevar a cabo¹⁴¹. Siendo en este caso el acto a realizar la exportación de un producto agrícola, actividad realizada de forma lícita en donde se percibirán ingresos derivados de la enajenación de bienes, la Ley del Impuesto Sobre la Renta será la que regule las percepciones o ingresos, así como la erogación de efectivo para efectuar nuestra actividad como exportador. Por otro lado la Ley del Impuesto al Valor Agregado (I. V. A.), nos obliga a trasladar, acreditar y a la retención en sus diferentes tasas 15%, 10%, 0% y los exentos de los diferentes gastos a realizar.

Las demás leyes que regulan el comercio exterior mexicano son la Ley Aduanera, la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, la Ley de Comercio Exterior, el Código Fiscal de la Federación, que en su conjunto, regulan y promueven tanto la entrada como la salida del territorio nacional de mercancías, el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias de éstas y de los medios en que se transportan o conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste¹⁴², así como determinar la fracción arancelaria de cada producto y su impuesto al comercio exterior. El pago de los derechos correspondientes, se encuentran consignados en la Ley Federal de Derechos.

Como ya se había mencionado en base a estas leyes se determina y regula el comercio exterior mexicano y es precisamente en el Artículo 36 de la Ley Aduanera donde se menciona la documentación que debe acompañar al pedimento (en este caso de exportación) al momento de su despacho ante la aduana por conducto de agente o apoderado aduanal, el cual indica que:

¹⁴¹ Artículo 29 y 127 Constitucional.

¹⁴² Están obligados al cumplimiento de las citadas disposiciones quienes introducen mercancías al territorio nacional o las extraen del mismo, ya sean sus propietarios, poseedores, destinatarios, remitentes, apoderados, agentes aduanales o cualesquiera personas que tengan intervención en la introducción, extracción, custodia, almacenaje, manejo y tenencia de las mercancías o en los hechos o actos mencionados en el párrafo anterior.

Dicho pedimento se deberá acompañar de:

En exportación:

- La factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- Los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, que se hubieran expedido de acuerdo con la Ley de Comercio Exterior, siempre que las mismas se publiquen en el Diario Oficial de la Federación.

Como se desea solicitar trato arancelario preferencial se necesitará un Certificado de Origen,¹⁴³ el cual deberá ser llenado y firmado por el exportador o por el productor y que ampare:¹⁴⁴

- una sola importación de un bien a su territorio; o
- varias importaciones de bienes idénticos a su territorio, a realizarse en un plazo que no excederá doce meses, establecido por el exportador o productor en el certificado.¹⁴⁵

Como el bien es un producto agropecuario es necesario que el exportador otorgue un certificado que demuestre que se está cumpliendo cabalmente con la medida sanitaria o fitosanitaria específica. Actualmente la Regulación Fitosanitaria establecida

¹⁴³ De acuerdo al artículo 501 del Tratado, sirve para confirmar que un bien que se exporte de territorio de una Parte a territorio de otra Parte, califica como originario. Cada una de las Partes podrá exigir que el certificado de origen que ampare un bien importado a su territorio se llene en el idioma que determine su legislación. También debe de cumplir con lo dispuesto en la Regla de Origen específica, incluida en el Anexo 401 del TLC.

¹⁴⁴ No es obligación del productor proporcionar un certificado de origen al exportador.

¹⁴⁵ Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Diario Oficial de la Federación, 20 de diciembre de 1993.

por México, tiene sustento legal en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización¹⁴⁶ y en la Ley Federal de Sanidad Vegetal. Ambas Leyes permiten el comercio y la movilización nacional e internacional de vegetales, sus productos y subproductos con un mínimo riesgo fitosanitario¹⁴⁷

En el caso de que se requiera un Certificado Fitosanitario Internacional de Exportación, únicamente se expedirá a petición del país importador, el cual ampara la fitosanidad del producto a exportarse.

Lo arriba expuesto tiene su fundamento en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Sanidad Internacional, la cual menciona en su Artículo 3o.- Los servicios de Sanidad Internacional se regirán por las disposiciones de la Ley General de Salud, sus reglamentos y las normas técnicas que emita la Secretaría de Salud, las que se publicarán en el Diario Oficial de la Federación y en la Gaceta Sanitaria, así como por los tratados y convenciones internacionales.

La dependencia a cargo es la Secretaría de Salud, la cual verifica la operación de los servicios de Sanidad internacional, tanto los de carácter migratorio como los relacionados con los puertos marítimos, los puestos fronterizos y los demás lugares legalmente autorizados para el tránsito internacional de personas y de carga.

¹⁴⁶ En materia de normalización, certificación, acreditamiento y verificación esta Ley tiene por objeto: a) Fomentar la transparencia y eficiencia en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas; b) Instituir la Comisión Nacional de Normalización para que coadyuve en las actividades que sobre normalización corresponde realizar a las distintas dependencias de la administración pública federal; c) Establecer un procedimiento uniforme para la elaboración de normas oficiales mexicanas por las dependencias de la administración pública federal; d) Promover la concurrencia de los sectores público, privado, científico y de consumidores en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas; e) Coordinar las actividades de normalización, certificación, verificación y laboratorios de prueba de las dependencias de administración pública federal; f) Establecer el sistema nacional de acreditamiento de organismos de normalización y de certificación, unidades de verificación y de laboratorios de prueba y de calibración.

¹⁴⁷ Para mayor referencia consultar <http://www.senasicaw.senasica.sagarpa.gob.mx> consultado el 13/08/06

En la actualidad la mayoría de los países que deseen realizar actividades de exportación de productos agropecuarios para consumo humano, requieren de una certificación sanitaria para mantener la competitividad de sus productos, asegurando así su participación y permanencia en el mercado.

Por lo anterior el 10 de julio de 2001, la SAGARPA a través de su reglamento interior, adquiere competencia en materia de inocuidad de los alimentos y en enero del 2003 se crea la Dirección General de Inocuidad Agroalimentaria, Acuícola y Pesquera (DGIAAP), la cual tiene como objetivo: promover la aplicación y certificación de sistemas de reducción de riesgos de contaminación en las unidades de producción, manejo y procesamiento primario de alimentos de origen agrícola, acuícola y pecuario, a través de diferentes programas voluntarios, en donde el productor y/o procesador primario se compromete a establecer sistemas de reducción de riesgos, garantizando así la calidad sanitaria en sus sistemas productivos, por lo cual la Secretaría otorgará un reconocimiento o certificación oficial, previa verificación del cumplimiento de estos sistemas.

Con el objetivo de evitar que las barreras de inocuidad de alimentos se conviertan en un obstáculo para los productos hortofrutícolas en el mercado internacional, el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), a través de la Dirección General de Inocuidad Agroalimentaria, Acuícola y Pesquera puso en marcha el Programa Voluntario de Buenas Prácticas de manejo Agrícola. A través de este programa los productores y empacadores nacionales hortofrutícolas (recientemente algunos granos), establecen la aplicación de los sistemas de minimización de riesgos en los procesos de producción y empaque para su consumo en fresco.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Las empresas que participan en el programa que demuestran la aplicación de las Buenas Prácticas, obtienen una Constancia de Aplicación otorgada por SENASICA, la cual es útil en la comercialización nacional e internacional de los productos hortofrutícolas.

El pleno cumplimiento de los requisitos a la importación y exportación de cualquier tipo de bien a comercializar, es primordial para tener una operación exitosa evitando contratiempos en el mercado de destino para la circulación legal de nuestro producto. A parte de cumplir con todo tipo de requisitos al comercio exterior, el importador o exportador según sea el caso, debe contar con apoyos financieros a través del Sistema Financiero Mexicano, como uno de los elementos de mayor importancia para mejorar la posición competitiva de un producto en el mercado mundial.

4.2 Apoyos económicos a la exportación

Los apoyos financieros a las exportaciones a través del Sistema Financiero Mexicano (SFM), es uno de los factores de mayor importancia para definir y mejorar la posición competitiva internacional de los productos de un país en el mercado mundial, logrando así un superávit en la balanza comercial en materia de exportaciones.

El sistema financiero mexicano, también llamado sistema bancario mexicano, está integrado por :

- El Banco de México.
- Las instituciones de crédito:
 - Banca Múltiple (Banca de Primer Piso)
 - Banca de Desarrollo (Banca de Segundo Piso)
- El Patronato del Ahorro Nacional.
- Fideicomisos del Gobierno Federal.
- Instituciones de seguros.
- Arrendadoras financieras.
- Las sociedades mutualistas.
- Las instituciones de fianzas.
- La Bolsa Mexicana de Valores.
- Instituto para depósito de Valores.
- Las casas de bolsa.

- Los agentes de bolsa.
- Las sociedades de inversión.
- Las sociedades operadoras de sociedades de inversión.
- Las almacenadoras.
- Empresas de factoraje financiero.¹⁴⁹

El funcionamiento de los sistemas financieros incide de manera significativa sobre prácticamente todas las actividades económicas, y constituye uno de los aspectos clave en la determinación de la prosperidad de los países.¹⁵⁰

Actualmente la actividad bancaria del sistema financiero mexicano, está concentrada en tres grandes instituciones: Banamex, Bancomer y Serfin. En estas tres instituciones se concentran más de las dos terceras partes de los recursos manejados por los bancos; sus operaciones cubren todo el territorio nacional y realizan una amplia gama de funciones que van desde las tradicionales de constituir depósitos y otorgar crédito, hasta las operaciones de mayoreo en el mercado de divisas, la operación de grandes sociedades de inversión y el financiamiento de grandes proyectos de inversión.¹⁵¹

Cabe hacer mención que solo se hará hincapié en la Banca de Primer y Segundo Piso como posibles fuentes de financiamiento, aunque para el presente proyecto, la segunda banca es la más apropiada como institución financiera de fomento para obtener un crédito para el campo.

Las instituciones de crédito están formadas por dos grandes grupos:

- La Banca de Desarrollo.
- La Banca Múltiple o comercial.¹⁵²

¹⁴⁹ Ver <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/41/sisfinanmexico.htm>, consultado el día 02/01/07

¹⁵⁰ Ver <http://www.cidac.org/vnm/libroscidac/mexico-cambio/Cap-8.PDF>, consultado el día 02/01/07

¹⁵¹ Idem

¹⁵² Ver <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/41/sisfinanmexico.htm>, consultado el día 02/01/07

Banca de Primer Piso o Mercado de Dinero

También conocida como banca privada, banca múltiple, banca comercial, es la que otorga créditos a corto y mediano plazo a la pequeña mediana y grande empresa a tasas de interés comerciales o del mercado, sin subsidio por parte del Gobierno Federal. Está integrada por todas las instituciones encargadas de realizar la intermediación financiera con fines de rentabilidad, ésta última constituye el centro de la actividad financiera.¹⁵³

La empresa depende de la banca como fuente de financiamiento para los negocios, para disfrutar de una amplia gama de servicios, que representa la fuente de crédito dominante a corto plazo. Para las empresas pequeñas y medianas, los préstamos bancarios representan la fuente más importante de crédito a corto y mediano plazo. Es mediante el financiamiento que se podrán obtener los recursos necesarios, ya sea por medio de los bancos, como instituciones que captan recursos del público, principalmente a través de la constitución de depósitos; la banca transforma estos recursos en diferentes tipos de instrumentos de ahorro canalizándolos y no sean limitadas determinadas operaciones o transacciones, convirtiéndose en emisor y receptor de crédito.

Banca de fomento (Banca de Segundo Piso)

Son instituciones, dentro del Sistema Financiero Mexicano que apoyan el desarrollo económico del país, de ahí que se denomina **Banca de Desarrollo**, y por lo tanto fundamentales del Estado pues cuenta con mecanismos de apoyo financiero como las tasas de interés laxas, técnico y de impulso a los sectores, regiones y actividades del país, a personas físicas o morales, mediante los

¹⁵³ Idem

apoyos de fomento que proporciona directamente el gobierno federal entregando su aval en financiamiento a la Banca nacional.¹⁵⁴

Los sectores económicos del país y a los que se canalizan los apoyos crediticios de esta Banca son:

- * Agricultura
- * Comercio
- * Industria
- * Minería
- * Ganadería

Las instituciones financieras de segundo piso, como empresas de participación estatal mayoritaria, se encuentran bajo la coordinación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Estas son:

- Nacional Financiera, (NAFIN).
- Banco Nacional de Comercio Exterior, (BANCOMEXT).
- Financiera Nacional Agropecuaria, (FINAA).
- Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, (BANOBRAS).
- Banco Nacional del Ejército y la Armada, (BANEJERCITO).
- Banco Nacional Azucarera, (FINA).¹⁵⁵

De las diferentes instituciones financieras de segundo piso, solo se tomarán en cuenta por tratarse de créditos al campo y por ser en este caso un producto agrícola, el Banco Nacional de Comercio Exterior, (BANCOMEXT); Nacional Financiera, (NAFIN) y Financiera Nacional Agropecuaria, (FINAA).

¹⁵⁴ López Olguín Manuel, “Sistema Financiero Mexicano”, Editorial Instituto Politécnico Nacional, ESCA Santo Tomás, México 2005, p.54

¹⁵⁵ Idem, p.55

Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C. (BANCOMEXT)

Su principal objetivo es promover las exportaciones mexicanas, particularmente las no petroleras; brinda atención a la pequeña y mediana empresa (PYME), productores, así como cualquier estado de la república con potencial de exportación mediante asesoría especializada y programas de financiamiento prestando el servicio público de banca y crédito. También fomenta la atracción de inversión extranjera brindando atención a compradores extranjeros que realizan importaciones de bienes y servicios producidos en México y la realización de coinversiones con empresarios y organismos de otros países.¹⁵⁶

Cuando Bancomext actúa como banca de primer piso, el porcentaje máximo de financiamiento varía.

Nacional Financiera, S. N. C. (NAFIN)

Nafin como parte del marco institucional creado por el Estado mexicano para promover el desarrollo económico del país, se convirtió en el instrumento central para financiar el desarrollo de la infraestructura económica de México.

La apertura de la economía mexicana ha significado la transformación acelerada de un mercado en el que la planta productiva nacional, antes protegida, requiere desarrollarse y mantenerse en condiciones similares a las de sus competidores en el exterior. Siendo tarea de Nafin impulsar la competitividad de las empresas, para que asuman los compromisos y oportunidades del nuevo milenio. Enfocando sus esfuerzos para ajustar sus políticas y diseñar nuevos esquemas e instrumentos, con el fin de apoyar de manera efectiva las necesidades de la industria y, en forma particular, fomentar la integración de las micro, pequeñas y medianas

¹⁵⁶ López Olguín, Manuel, *op. cit.*, p. 55

empresas a los grandes consorcios, proporcionando financiamiento, capacitación y asistencia técnica, así como el desarrollo del mercado financiero, con el fin de promover el crecimiento regional y la creación de empleos para el país.

Sus actividades están basadas en:¹⁵⁷

- Orientar claramente hacia la resolución de las necesidades del cliente
- Proveer productos financieros, capacitación y asistencia técnica
- Contar con los canales de distribución más efectivos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes
- Fomentar el desarrollo de la Pyme, con énfasis en el crecimiento regional, actuando primordialmente como banca de segundo piso
- Apoyar el desarrollo de los mercados financieros, para facilitarles la incorporación de las empresas medianas y de los pequeños intermediarios financieros
- Contar con una estructura financiera sólida buscando no ser una carga fiscal
- Contar con gente comprometida enfocada a resultados, que en un entorno de trabajo retador le permita su desarrollo y motivación

Financiera Nacional Agropecuaria (FINAA)

Presta servicio público de banca y crédito con sujeción a los objetivos y prioridades del sistema nacional de planeación, específicamente del Programa Nacional de Desarrollo y de los programas de alimentación y de desarrollo rural integral.

¹⁵⁷ Ver http://www.uia.mx/licenciaturas/dpt_economia/economia/pdf/clotler.pdf, consultado el día 04/01/07

Tiene por objeto financiar la producción primaria, agropecuaria y forestal, las actividades complementarias de beneficio, almacenamiento, transportación, industrialización y comercialización que lleven a cabo los productores acreditados.

Entre sus funciones está el procurar que los apoyos y recursos que canalice, propicien el desarrollo integral de los productores acreditados; promover y realizar proyectos que tiendan a satisfacer necesidades del sector rural en las distintas zonas del país; financiar la adquisición de insumos, maquinaria y equipo que requieran los acreditados para sus actividades productivas; actuar con carácter de corresponsales de los bancos del propio Sistema en las operaciones.¹⁵⁸

Fondos de Fomento

Son fideicomisos administrados por el Banco de México y Nacional Financiera. Apoyan principalmente las actividades económicas del país a través de la banca del primer piso.

Uno de los fondos de fomento instituido por el Banco de México es el Fideicomiso Instituido en Relación con la Agricultura (FIRA). Su objetivo es otorgar crédito, garantías, capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología al sector rural y pesquero del país. Opera fundamentalmente como banca de segundo piso, con patrimonio propio y coloca sus recursos a través de la banca privada y otros Intermediarios Financieros, tales como:

- Uniones de Crédito
- SOFOLES
- Arrendadoras Financieras
- Almacenes Generales de Depósito

¹⁵⁸ López Olguín, Manuel, *op. cit.*, p. 59

- Agentes PROCREA
- Empresas de Factoraje¹⁵⁹

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

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

Cuenta con experiencia en el manejo de proyectos productivos y en la modernización de nuevos instrumentos financieros que integran un modelo de negocios enfocado a las necesidades de financiamiento de cada cliente.¹⁶⁰

Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MPyMEs)

Los programas de apoyo a las MPyMEs son un mecanismo mediante el cual se establecen acciones e instrumentos para su promoción en cualquiera de las distintas áreas empresariales (producción, tecnología, finanzas, etc.) con base en objetivos, metas, recursos y en general planes de trabajo previamente

¹⁵⁹ <http://portal.fira.gob.mx/irj/servlet/prt/portal/prtroot/com.sap.portal.navigation.portallauncher.anonymous>, consultado el día 04/01/07

¹⁶⁰ Idem

establecidos. Estos programas son promovidos por la Secretaría de Economía mediante instrumentos de apoyo; entendiéndose como un mecanismo previamente definido que coadyuva a alcanzar los objetivos de una estrategia integral o programa de apoyo; con objetivos específicos, como los incentivos fiscales y los esquemas de créditos y financiamiento. En esta vertiente de apoyo se incluye la organización de eventos y ferias, la promoción de agrupamientos industriales y las labores realizadas por los consejos y comisiones.¹⁶¹

Programas de Fomento en Colima

El Estado de Colima a través de la Secretaría de Fomento Agrícola (SEFOME), cuenta con diversos programas de apoyo empresarial. A continuación se enlistan los de mayor interés para el exportador:

- Centro de Atención e Información Empresarial.
- Centro de Desarrollo de Pequeños Negocios.
- Fomento a las Pymes.
- Promoción a la Inversión.
- Desarrollo regional.
- Fomento a las exportaciones.
- Promoción a los Productos Colimenses.
- Integración de Cadenas Productivas.
- Consultore
- Capacitación¹⁶²

En materia de financiamiento cuenta con los siguientes programas:

¹⁶¹ Ver http://www.cipi.gob.mx/manual_mpymes.PDE, consultado el día 04/01/07

¹⁶² Ver <http://www.sefome.gob.mx/programas.php#17>, consultado el día 02/01/07

Dirección de Financiamiento y Estudios Estratégicos. (Fondo Paraguas)

Otorga garantía líquida a micro, pequeñas y medianas empresas establecidas y en operación para acceder a financiamiento bancario. Sus beneficios son:

- No existen garantías hipotecarias para el empresario
- Tasa de interés topada y conocida (base TIIE)
- Créditos de 100 mil hasta 700 mil pesos
- Plazo desde 12 hasta 60 meses

Extensionismo Financiero

Es un programa mediante el cual se otorga apoyo a los empresarios colimenses a través de un profesionista, quién verifica las necesidades de crédito, capacidad de pago, orienta sobre las opciones de financiamiento, apoya en la integración del expediente de crédito y verifica la aplicación del crédito. Sus beneficios son:

- Permite agilizar y optimizar el trámite de crédito del empresario.
- Verifica la correcta aplicación de los recursos
- Da seguimiento al proyecto crediticio del empresario

Fideicomiso Impulsa

Otorga apoyo financiero de muy corto plazo para capital de trabajo y factoraje a micro, pequeñas y medianas empresas establecidas. Sus beneficios son:

- Tasa preferente (base TIIE)
- Plazo máximo 4 meses
- Créditos de 100 mil hasta 500 mil pesos.¹⁶³

¹⁶³ Ver <http://www.sefome.gob.mx/programas.php#17>, consultado el día 02/01/07

Por su parte la Secretaría de Desarrollo Rural de Colima, impulsó en el 2005 el “Proyecto Integral para la Competitividad del Sistema Producto Limón Mexicano”, del Programa de Apoyo a la Competitividad por Ramas de Producción 2005.¹⁶⁴

4.2.1 Tasas de interés nacionales e internacionales

Antes de solicitar un préstamo o una línea de crédito, es importante tomar en cuenta las tasas de interés, plazos de pago y la tasa anual porcentual de interés, además del periodo de gracia, puesto que influyen en la cantidad que se tendrá que pagar mensualmente.

La tasa de interés es fijada por el Banco Central de cada país a los otros bancos y estos a su vez, la fijan a las personas por los préstamos otorgados. Es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo determinando, lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero" En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar/cobrar por tomarlo prestado/cederlo en préstamo.¹⁶⁵

Es el costo del préstamo expresado como una tasa porcentual; por lo tanto es importante conocer el porcentaje de interés, para poder calcular el costo financiero mensual. Mientras más alta sea, mayores serán las mensualidades; y mientras más baja sea, menores serán los pagos.

Una tasa de interés relativamente alta tiende a reducir los préstamos y el gasto, por lo tanto, la tasa de interés es un medio de influir sobre la actividad económica. El desempleo, la inflación, así como el déficit en la balanza de pagos de un país, influyen en el comportamiento de las tasas de interés al reducir el ahorro y la

¹⁶⁴ Ver <http://seder.col.gob.mx/Alianza/Fofae2006/Fofae112/Acuerdos.aspx>, consultado el día 02/01/07

¹⁶⁵ Ver http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s, consultado el día 05/01/07

inversión y en esencia es en estos dos que se fundamenta el desarrollo del sistema económico en general. Cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.¹⁶⁶

A continuación se muestra el comportamiento de las principales tasas de interés a nivel nacional.

Tasas de interés para créditos de Primer Piso

Son créditos que siendo investigados por la banca de primer piso (línea de crédito), es turnada a la banca de segundo piso, para que una vez aprobado se proceda a realizar los trámites para ser otorgado mediante un contrato entre la institución financiera y el solicitante del crédito; en el cual se establecerá la tasa de referencia que será considerada como base para el cobro de una tasa de interés por concepto de un crédito. A esta tasa se le suman unos puntos porcentuales pactados en el contrato (margen financiero), para dar la tasa de interés final. Entre éstas se encuentran la Tasa CETE (Certificados de la Tesorería de la Federación), y la Tasa de Interés Intercambiaria de Equilibrio (TIIE). Si se trata de financiamientos en dólares de empresas nacionales se utiliza la tasa Libor (London Interbank Offered Rate) o la Tasa Prima (PRIME RATE), de acuerdo a su plazo¹⁶⁷

BANCOMEXT

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

¹⁶⁶ Ver <http://www.monografias.com/trabajos20/tasas-interes-guatemala/tasas-interes-guatemala.shtml#intro>; consultado el día 28/01/07

¹⁶⁷ Ver http://www.uady.mx/~contadur/material/FN03_admonfinancieradelpasivo.ppt, consultado el día 28/01/07

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

A la Tasa de referencia se le adiciona la Sobretasa de Mercado y el costo de riesgo:

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

A = 1 p.p.

B = 2 p.p.

C = 4 p.p.

Tabla No. 1 *Composición de Tasas de interés para crédito de corto plazo*

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

TASA LIBOR a 360 días al 22 de Enero de 2007 = 5.3%)

*Se adiciona el Witholding Tax (5.152% sobre LIBOR+Sobre Tasa Fija)

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

- **Corto Plazo:** Se pueden otorgar en un rango que va desde **9.5%** hasta **11%** dependiendo de los factores mencionados en la primer lámina.
Se considera Corto plazo para períodos inferiores a dos años
- **Largo Plazo:** Se pueden otorgar en un rango que va desde **10.5%** hasta **13%** dependiendo de los factores mencionados en la primer lámina.
Se considera Largo plazo para períodos superiores a dos años

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

Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE)

Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio. Es el rédito que refleja las condiciones prevalecientes en el mercado de dinero en moneda nacional calculado diariamente por el Banco de México, con base en las cotizaciones de las tasas de interés ofrecidas a distintos plazos por las diversas instituciones de banca múltiple¹⁶⁸

Como se puede observar en el siguiente cuadro, en los últimos seis años se ha registrado un mínimo en el comportamiento de la TIIE. Esta tasa ha bajado su rendimiento a más de la mitad en el 2006 con 9.8 puntos porcentuales por debajo a lo registrado en el año 2000 que ha sido su año más alto durante este periodo; En el 2003 sufre su caída más grave con más de 10 puntos porcentuales aunque en el 2005 logra registrar un alza de 2.5% en relación al año anterior, mismos que pierde en el siguiente año.

¹⁶⁸ Ver http://www.condusef.gob.mx/Seccion_Fija/glosario/glosario_esp/t.html, consultado el 28/01/07

Cuadro No. 1

TIIIE: Unidad de Medida: Tasa anual Año 2000 al 2006

Año	Tasa % a 28 días
2000	16.96
2001	12.89
2002	8.17
2003	6.83
2004	7.15
2005	9.61
2006	7.51

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

Certificado de la Tesorería de la Federación (CETES)

La colocación de este tipo de instrumento en el mercado primario la realiza el Banco de México, en tanto que la distribución de estos valores en el mercado secundario es a través de casas de bolsa e instituciones de crédito. Cuentan con la garantía del Gobierno Federal. Su denominación es en moneda nacional y su valor nominal es de \$10.00, el plazo va desde 7 hasta 360 días. Estos certificados se venden o se colocan a descuento es decir debajo de su valor nominal. El rendimiento se obtiene al comparar el monto recibido al vencimiento.¹⁶⁹

Como se puede observar a continuación, existe un mínimo importante en el rendimiento de los CETES a comparación a lo registrado en el año 2000, disminuyendo 4.1 puntos porcentuales en el 2001; y hasta el 2006 sus descensos han sido generalizados, siguiendo una tendencia bajista en los últimos seis años

¹⁶⁹ Ver http://www.cnbv.gob.mx/noticia.asp?noticia_liga=no&com_id=0&sec_id=3&it_id=140, consultado el día 29/01/07

Cuadro No. 2.

CETES: Unidad de Medida: Tasas anualizadas 2000 al 2006

Año	Cetes % a 28 días
2000	15.24
2001	11.31
2002	7.09
2003	6.23
2004	6.82
2005	9.20
2006	7.19

Fuente: Banco Nacional Mexicano

<http://www.banamex.com/esp/finanzas/historicos/cetes/cete.jsp>

Las tasas de interés internacionales, representan una opción para el empresario de obtener créditos a una tasa de interés más baja, esto mediante un previo análisis del mercado financiero internacional.

Las tasas internacionales que se tomarán en cuenta son la Prime Rate y la Libor por considerarse las principales. Estas tasas de interés al igual que las nacionales también deben su comportamiento a las tendencias inflacionarias que acompañan a sus economías.

TASA PREFERENCIAL (PRIME RATE)

Es la tasa preferencial a la que prestan los bancos comerciales, en los mercados de Nueva York y Chicago, es la tasa que los bancos cobran a sus clientes más solventes por sus préstamos. La tasa prima (Prime Rate) constituye una tasa mundial que varía constantemente en función de la demanda del crédito y de la oferta monetaria; pero también en función de las expectativas inflacionarias y los

resultados de la cuenta corriente en la balanza de pagos de los Estados Unidos de América.¹⁷⁰

Cuadro No. 3.

ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (PRIME RATE%)

Año	Tasa de interés % a 30 días
2000	9.19
2001	7.13
2002	4.71
2003	4.13
2004	4.29
2005	6.10
2006	7.94

Fuente: Federal Reserve Borrada (United States of America)

Como se puede observar, a diferencia de las tasas nacionales no existe gran diferencia en la disminución de los puntos porcentuales. En el año 2000 registra un rendimiento del 9.19% y aunque en el 2003 presenta un mínimo histórico del 5.06% en relación a ese año, en el 2006 logra recuperar 3.8 puntos porcentuales, más de lo que registró en el 2001; logrando una mayor estabilidad.

London Interbank Offered Rate (LIBOR)

L.I.B.O.R son las siglas de London Interbank Offered Rate, es decir, las tasas de interés que los bancos se cobran entre ellos para los depósitos de dólares de Estados Unidos en otros países. Estas tasas están disponibles en períodos de 1, 3, 6 y 12 meses. El índice usado y la fuente del índice variarán según el

¹⁷⁰ Ver http://www.condusef.gob.mx/Seccion_Fija/glosario/glosario_esp/t.html, consultado el día 29/01/07

prestamista. Las fuentes más comunes son el Wall Street Journal y Fannie Mae.¹⁷¹

Cuadro 4.

UNION EUROPEA / LIBOR IN USD

Año	Tasa de interés % a 30 días
2000	6.85
2001	3.74
2002	2.17
2003	1.37
2004	2.19
2005	4.09
2006	5.36

Fuente: British Bankers Association (BBA)

El sentido, trayectoria y comportamiento en el tiempo de la tasa de interés, es un referente fundamental para evaluar la política monetaria y sus impactos en la inflación y en el tipo de cambio; permite además identificar la magnitud del riesgo-país para los capitales internacionales. Las características de la evolución de la tasa de interés resultan así mismo fundamentales para determinar la tasa a la que se establecerá el contrato. Tal como lo muestra tabla, la tasa LIBOR se presenta con considerables variaciones, registrando un retroceso de 5.48% en el 2003, logrando recuperar 3.99 puntos porcentuales en el 2006.

Los principales determinantes de la tasa de interés en un país dentro de un mercado de préstamos son las expectativas inflacionarias, las expectativas de

¹⁷¹ Ver

<http://www.lenderhomepage.com/content/template14/blue/Inner.php?acctid=100065&article=1104&page=article>, consultado el día 29/01/07

devaluación de la moneda nacional, la tasa de interés del resto del mundo, la tasa de encaje, el déficit fiscal, el riesgo país y el riesgo crediticio.¹⁷²

Por tanto se debe considerar la banca más adecuada para obtener un crédito financiero. Esto solo se podrá saber mediante la consulta de las diferentes tasas de interés. Se recomienda tomar en cuenta tanto la Banca nacional como la Internacional para tener un panorama más amplio y tomar así la decisión más adecuada a sus intereses. Así también se recomienda revisar los diferentes programas de fomento que dependiendo el caso sea el más adecuado a sus necesidades.

4.2.2. Programas de Fomento a la exportación

Programa de Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores DRAWBACK

Es un instrumento, el cual se reintegra a los exportadores el impuesto general de importación pagado por la importación de bienes o insumos incorporados a productos exportados o bien para mercancías que se retornan en el mismo estado en que fueron importadas y para mercancías importadas para su reparación, actualizado al tipo de cambio del día del dictamen. Lo anterior coloca a los exportadores nacionales en el mercado externo en condiciones similares a la de sus competidores. No se exige un monto determinado de exportaciones anuales ni se exigen reportes periódicos.¹⁷³

¹⁷² Roca, Richard “ La tasa de interés y sus principales determinantes”, Documento de investigación: DI 02-003, Instituto de Investigación de Economía Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú, 2002, p. 2

¹⁷³ Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C ., “Guía Básica del Exportador”, 11º Edición, México 2005, p. 57

Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, PITEX

Consiste en brindar estímulos para que puedan importar temporalmente de cualquier parte del mundo y sin el pago de los impuestos de importación (acorde a lo dispuesto en los tratados internacionales celebrados por México), impuesto al valor agregado y, en su caso, cuotas compensatorias, según corresponda, las materias primas, maquinaria y equipo con las características necesarias para la fabricación de sus productos de exportación, permitiendo así el incremento y fortalecimiento de la actividad exportadora, la cual es uno de los motores de la economía nacional.¹⁷⁴

Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX)

Este programa está destinado a apoyar su operación mediante facilidades administrativas y fiscales. Las empresas ALTEX gozarán de los siguientes beneficios:¹⁷⁵

- Devolución de saldos a favor del IVA, en un término aproximado de cinco días hábiles;
- Acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la SE;
- Exención del requisito de segunda revisión de las mercancías de exportación en la aduana de salida cuando éstas hayan sido previamente despachadas en una aduana interior. También cuenta con apoyos gubernamentales para las exportaciones.
- Facultad para nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos.

¹⁷⁴ Idem, p.59

¹⁷⁵ El Decreto para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX) fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990 sus modificaciones el 17 de mayo de 1991 y 11 de mayo de 1995.

- Para gozar de dichos beneficios, los usuarios de este programa deberán presentar, ante las Dependencias de la Administración Pública Federal correspondientes, una copia de la Constancia ALTEX expedida por esta Secretaría y, en su caso, la ratificación de vigencia.¹⁷⁶

Empresas de Comercio Exterior (ECEX)

Dirigido únicamente a empresas que comercialicen sus productos en el exterior, y cumplan con los requisitos previstos en el Decreto para el establecimiento de empresas de comercio exterior. Las empresas ECEX gozarán de los siguientes beneficios:

- Expedición automática de la constancia de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX).
- La posibilidad de adquirir mercancías a proveedores nacionales, mediante el mecanismo de retención del IVA
- Autorización, en su caso, de un Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) en su modalidad de proyecto específico
- Descuento del 50% en los apoyos no financieros que proporciona Bancomext
- Asistencia y apoyo financiero por parte de Nacional Financiera para la consecución de sus proyectos, así como servicios especializados de capacitación y asistencia técnica. Este beneficio se otorgará tanto a las empresas ECEX como a sus proveedores.¹⁷⁷

¹⁷⁶ Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C., *op. cit.*, p. 69

¹⁷⁷ Idem, p.72

Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX)

Es la Comisión auxiliar del Ejecutivo Federal, integrada por representantes del sector público y privado. A través de reuniones estatales (convocadas por las Delegaciones Federales de la Secretaría de Economía y los Gobiernos de los Estados y realizadas mensual o bimestralmente), los exportadores o potenciales exportadores presentan a los servidores públicos y representantes de los organismos cúpula empresariales presentes, las problemáticas y propuestas de agilización de trámites en materia de comercio exterior, con objeto de discutir las y, de ser posible, resolverlas “en el mismo lugar y momento”.¹⁷⁸

Ferias Mexicanas de Exportación (FEMEX)

Fomenta la realización de ferias en el país para promover las exportaciones de mercancías mexicanas a los mercados internacionales.¹⁷⁹ La Secretaría de Economía emite un Certificado de Ferias Mexicanas de Exportación que se entrega a los organizadores de ferias cuando cumplan, entre otras cosas, con lo siguiente: promover las exportaciones como objetivo fundamental, se comprometan a realizar la feria tres veces ininterrumpidas, inviertan por lo menos 12 millones de pesos y garanticen la participación de por lo menos 100 empresas expositoras y 100 compradores extranjeros. También se le entrega el Certificado a los constructores de recintos para la realización de ferias.¹⁸⁰

Ferias y Exposiciones Internacionales

Las ferias y exposiciones son los instrumentos de promoción más comunes para las exportaciones, ya que representan un foro donde vendedores de distintos

¹⁷⁸ Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C., “Guía Básica del Exportador”, 11ª Edición, México 2005, p. 75

¹⁷⁹ La base jurídica de las Femex se encuentra en el Diario Oficial de la Federación del 11 de abril de 1997.

¹⁸⁰ Idem., p. 76

países ofrecen sus productos a compradores y han llegado a ser uno de los instrumentos más eficaces para iniciar o consolidar el proceso de penetración de mercados con mayores probabilidades de éxito, ya que participan compradores y vendedores de todo el mundo.¹⁸¹

Misiones-Comerciales

Tienen el propósito de apoyar a las empresas exportadoras interesadas en vender su producto a uno o más países de una región, con el fin de visitar estos mercados y establecer contacto con compradores de dichas regiones, mediante un programa de entrevistas previamente concertadas. Permite al exportador realizar agendas de negocios con compradores particularmente interesados en sus productos. El Centro Pymexporta, en conjunto con otros organismos de apoyo a la exportación, organiza Misiones Comerciales de acuerdo a las necesidades del mercado., patrocinando hasta un 50% de los gastos.¹⁸²

A continuación se presentan algunas de las dependencias que cuentan con programas para promover los productos agrícolas de exportación :

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

La promoción al comercio y el fomento a las exportaciones del sector agroalimentario y pesquero, es una de las mas recientes responsabilidades que la SAGARPA encomendó a ASERCA. En julio de 2001, el gobierno federal decide concentrar las responsabilidades de promoción y fomento a las exportaciones en ASERCA, por ser el Órgano Desconcentrado especializado en la atención de

¹⁸¹ Ver <http://www.pymexportabc.org.mx/pymexporta/pro.asp>, consultado el día 04/01/07

¹⁸² Idem.

asuntos relacionados con la comercialización. A su vez se crea la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones.¹⁸³

Por su parte la SAGARPA cuenta con cinco consejerías en el extranjero - Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, Unión Europea, Japón 2005 (a partir de 2006) y Centro América -, mismas que se integraron a esta Coordinación y se reorientaron hacia un papel mas activo en materia de promoción comercial, sirviendo como pieza fundamental en la identificación de la demanda exportable, información de mercados, organización de misiones de negocios y en la promoción de los productos agroalimentarios mexicanos.

La Consejería Agroalimentaria en Canadá (Ottawa, Canada), realiza diversas acciones en promoción comercial, como es la participación en la Exposición de la Canadian Produce Marketing Association (CPMA), la cual es el evento más importante en su tipo dentro de Canadá. Además tradicionalmente se ha realizado en Canadá un evento de degustación de productos mexicanos especialmente en supermercados, conocido como "A Taste of Mexico", que gracias a sus resultados será realizado en otros mercados internacionales.¹⁸⁴

Como parte de las estrategias de la SAGARPA, la Coordinación General desarrollo e implemento el Círculo Virtuoso de la Comercialización Agropecuaria en México, qué es un conjunto de de programas, acciones y procesos, que ofrecen y establecen de manera integral un campo de condiciones optimas para fomentar la competitividad y la comercialización agroalimentaria en materia de calidad, sanidad y fitosanitaria, que viene operando desde el año 2001.¹⁸⁵

¹⁸³ Ver <http://www.infoaserca.gob.mx/mexbest/>, consultado el día 04/01/07

¹⁸⁴ Se hace referencia a esta consejería por ser el mercado a donde va dirigido el producto. Ver <http://www.infoaserca.gob.mx/mexbest/consejerias.htm#inicio#inicio>, consultado el día 04/01/07

¹⁸⁵ Idem.

Figura No. 3

Círculo Virtuoso de la Comercialización Agropecuaria en México,



Fuente: Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, SAGARPA

Como se puede observar se manejan cuatro etapas para la comercialización:

1) Consolidación de la oferta; a través de:

- Desarrollo de Capacidades Humanas.
- México Calidad Suprema.

2) Integración a los mercados; a través de:

- Consejerías.
- Convenio ANTAD-SAGARPA.
- Directorio de Agro exportadores.
- Comercio Directo.
- Factoraje Agrícola.

3) Seguridad comercial; a través de:

- Normalización de la Calidad.
- Sistema de Inspección de la Calidad.
- Padrón de Comercializadores.
- Corporación para la Solución de Controversias.

4) Promoción; a través de:

- Campo y Salud, A. C.
- Consejos de Promoción.
- Exposiciones y Eventos.
- Campañas de Promoción.¹⁸⁶

Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos “PROMOAGRO”.

En coordinación con Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria y la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, la SAGARPA lleva a cabo dicho programa. El 08 de febrero de 2007 mediante el Oficio No. FOO.3002.14/2007, comunica a los productores y comercializadores, sus consejos u organizaciones formalmente constituidas, dedicadas a la producción, transformación, comercialización o promoción de productos agroalimentarios y pesqueros, que pueden ingresar sus Solicitudes de Apoyo del Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos, conforme a lo establecido en las Reglas de Operación de PROMOAGRO, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 13 de agosto de 2003; para comenzar a cumplir con las metas programadas dentro del 2007.¹⁸⁷

¹⁸⁶ Ver <http://www.infoaserca.gob.mx/mexbest/>, consultado el día 04/01/07

¹⁸⁷ Ver <http://www.infoaserca.gob.mx/mexbest/>, consultado el día 04/01/07

CONCLUSIONES

A mediados del siglo pasado, el comercio internacional dejó de mantener una política comercial proteccionista para dar paso a la libre circulación de mercancías, primero reduciendo los impuestos al comercio exterior y posteriormente reduciendo las restricciones no arancelarias a estas.

No es sino hasta la creación de diversos organismos internacionales en donde las economías de países desarrollados y no desarrollados, han celebrado acuerdos comerciales sobre los diferentes sectores de la economía mundial, siendo el tema principal el libre comercio también llamado Globalización.

Uno de los sectores que ha encontrado trabas para su comercialización es el agrícola. Es común encontrar que muchos países principalmente los desarrollados, protejan este sector internamente mediante subsidios, los cuales castigan a los productos de exportación.

Es en la Ronda de Uruguay, donde se llega a un Acuerdo sobre agricultura y en donde se rompe con la tradicional abstención de tratar este tema en una negociación internacional. El Acuerdo se trato a raíz de la necesidad de negociar la colocación de los excedentes generados por la mejora de la producción en el sector agrícola.

Las frutas y vegetales son productos que en su mayoría producen los países en desarrollo y que gozan de una gran aceptación en el mercado internacional, esto debido a la gran demanda de consumo de alimentos frescos y de una dieta más sana. Dentro de las frutas, los cítricos gozan de grandes niveles de comercialización a nivel mundial, donde la naranja ocupa el primer lugar en ventas.

La exportación de cítricos es significativa para muchos países al ser una importante fuente de divisas, como es el caso de México, al ser uno de los principales productores de limón, en especial de la variedad Citrus aurantifolia swingle mejor conocida como limón mexicano, llamado así por ser precisamente el país que más lo produce.

La producción de esta variedad, se ha desarrollado principalmente en las costas del pacífico mexicano siendo el estado de Colima el principal productor a nivel nacional, registrando en el 2004 una producción de 568,917 toneladas, equivalente al 40% de la producción nacional, según datos proporcionados por el Servicio de Información y estadística Agroalimentaria y Pesquera SIAP.

La etapa de la cosecha es la más importante para un productor, pues se debe tener especial cuidado al recolectar la fruta en un estado de maduración lo más próximo posible a su madurez de consumo, lista para su transportación y posteriormente para su venta, teniendo en cuenta detalles como su coloración, contenido de jugo, fecha y horario en que se debe hacer la recolección. Los frutos de limón tiene una cáscara muy delicada y fácilmente sufre daños por maltrato.

Acondicionar el producto para su transportación es tan importante como la etapa de su cosecha, para que el producto vaya lo más protegido y adecuado a las variaciones de clima, así como a los contratiempos de su traslado. Escoger el empaque adecuado, que de vista y presentación al producto y que ayude a conservar su calidad será determinante para futuras ventas.

La venta del producto será destinada a la provincia de Ontario en Canadá, un país con una de las economías más estables a nivel mundial, con un PIB que va en aumento, lo que permite a sus habitantes poseer la suficiente capacidad de compra de productos importados.

Canadá es el tercer socio comercial de México junto con Estados Unidos desde 1994 al firmarse el Tratado de Libre Comercio con América del Norte, por lo que el limón mexicano con la fracción arancelaria 0805.50.01, se encuentra libre de arancel, solo se tendrá que cumplir con la documentación necesaria de presentar tanto en la aduana mexicana para su exportación, como para la aduana canadiense para su importación.

La población en Ontario se encuentra formada por una gran variedad de culturas pues la inmigración en Canadá ha ido en aumento, aspecto que favorece el consumo de limón, pues provienen de países en los que ya existe una cultura de consumo de limón.

La finalidad es exportar el limón en su estado fresco, sin embargo es una fruta que contiene muchas bondades tanto nutrimentales como para su uso industrial, al que se le puede aprovechar desde su cáscara hasta sus semillas.

Otra opción podría ser que empresarios canadienses importen el limón transformarlo en polvo para comercializarlo en cápsulas y evitar lo ácido de su jugo que en ocasiones llega a caer pesado al estómago como el caso del ajo que ya se comercializa en esta presentación y se evita así su olor penetrante.

El limón mexicano tiene todas las características para que sea apreciado su valor nutrimental y por tanto ser competitivo en el mercado canadiense.

A parte de la calidad que debe de poseer un producto para ser comercializado en el mercado externo, el exportador debe contar con una fuente de financiamiento confiable que le ofrezca los apoyos necesarios para la exportación, los cuales serán fundamentales para cerrar una buena operación de compra-venta.

Las principales fuentes de financiamiento en el país son la Banca de Primer y Segundo Piso, siendo la más recomendada la segunda también conocida como Banco de Fomento pues las tasas que maneja serán más accesibles para el exportador pues fueron creadas precisamente como su nombre lo dice para apoyar el desarrollo económico del país, dirigiendo su atención a los principales sectores del país, encontrándose entre ellos el agrícola. Son empresas de participación estatal mayoritaria; siendo unas de sus principales dependencias BANCOMEXT y NAFIN.

También existen los llamados apoyos no financieros, los cuales ayudan a orientar al empresario ya sea mediante asesoría especializada o por medio de centros de información la cual es dirigida dentro del contexto del comercio internacional dependiendo del mercado de destino al que dirigirá sus operaciones.

La creación de diversos programas promovidos por la Secretaría de Economía y la SAGARPA, mediante la promoción e instrumentos de apoyo como los incentivos fiscales y los esquemas de créditos y financiamiento, ayudan a promoción de diversos sectores para que puedan competir en el mercado internacional.

En esta vertiente de apoyo se incluye la organización de eventos y ferias que ayudan a promocionar el producto como una excelente forma de dar a conocerlo de una forma no tan cara como sería la publicidad convencional.

En caso de que el exportador se decida a obtener un crédito mediante la banca privada, debe considerar los riesgos que originan el movimiento de capitales internacionales y que muchas veces doblaría incluso el monto de la deuda, por lo que se debe estudiar cual es la mejor tasa de interés y tomar en cuenta no solo las tasas nacionales sino también las internacionales que le darán una visión más amplia de cuál será el interés más bajo a pagar.

FUENTES

BIBLIOGRÁFICAS

-“Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los Estados Unidos Mexicanos 2004 por Estado”, SAGARPA, Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera, México, 2004.

-Atristain, Deras, José Luis, “Cítricos Frescos en Canadá”, Estudio de Mercado, Oficina Comercial de España en Toronto, Canadá, 2002.

-Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C., “ Alimentos Frescos, Guía de Exportación Sectorial”, 2ª. Edición, México, 2000.

-Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C., “Guía básica del Exportador”, 11ª edición, México, 2005.

-Capstick, Margaret, “La economía de la agricultura”, Fondo de Cultura Económica, 1ª edición, México, 1977.

-Cerdeña Benítez, Adriana “Prontuario de comercio internacional”, Editorial Trillas, S.A. de C. V. 1ª edición, México, 2000.

-Consejería Comercial de México en Toronto, “ Cómo hacer negocios en Canadá” Ficha país Canadá, BANCOMEXT, México, 2005.

-“Compendio de disposiciones sobre Comercio Exterior ”, Instituto Superior de Estudios Fiscales, A. C., Trigésima quinta edición, México, 2005.

-Dussel Peters, Enrique, "Territorio y competitividad en la agroindustria en México" Condiciones y propuestas de política para los clusters del limón mexicano en Colima y la piña en Veracruz, Editorial Plaza y Valdés, 1ª edición, México, 2002.

-Jerez, Riesco, José Luis, "Comercio Internacional", Editorial ESIC, Madrid, 2000.

-Kautz, W. Gerhad "Exporting to Canada" A guide for american companies, Self Counsel Press, Business series (a subsidiary of) International Self-Counsel Press Ltd., First edition, Canada, 2001.

-León Ramírez, Adan Abel, "Plan de exportación del limón mexicano de la costa de Oaxaca al mercado hispano de los Estados Unidos", Universidad Nacional Autónoma de Chapingo, México, 2003.

-López Olguín Manuel, "Sistema Financiero Mexicano", Editorial Instituto Politécnico Nacional, ESCA Santo Tomás, México 2005.

-Loussert, Raymond, "Los agrios", Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, 1992.

-Mantey de Anguiano, Guadalupe, "La Inequidad del Sistema Monetario Internacional y el carácter político de la deuda del Tercer Mundo", UNAM, 1ª edición, México, 1989.

-Medina Urrutia, Víctor, Robles González Marciano, Becerra Rodríguez, Salvador, Orozco Romero, José, Orozco Santos, Mario, Garza López, José, Ovando Cruz, Manuel, Chávez Contreras, Xavier, Félix Castro, Felipe, " El cultivo del limón mexicano", INIFAP, Libro Técnico Núm. 1, México, 2001.

-Morales, Troncoso, Carlos "Plan de exportación", Editorial Pearson Educación, 1ª edición, México, 2000.

-Moreno Valdez, Hadar, Moreno Castellanos, Jorge, Trejo Vargas, Pedro, "Comercio exterior sin barreras", Ediciones Fiscales ISEF, 3ª edición, México, 2003.

-Roca, Richard "La tasa de interés y sus principales determinantes", Documento de investigación: DI 02-003, Instituto de Investigación de Economía Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú, 2002.

-Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, "Tratado de Libre Comercio de América del Norte, fracciones arancelarias y plazos de desgravación", Tomo I, Editorial Porrúa, México, 1994.

-Statistics Agriculture and Agric-Food Canada, 2005

-Trejo Vargas, Pedro "El Sistema Aduanero de México", Secretaría de Hacienda y Crédito Público Aduana México, SAT, México, 2003.

-Witker, Jorge, Hernández, Laura, "Régimen jurídico del comercio exterior de México", Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 2ª edición, México, 2002, p. 63

HEMEROGRÁFICAS

-Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, "El limón persa y el limón mexicano: La complementariedad del mercado", Revista Claridades Agropecuarias, Núm. 30, febrero de 1996, México.

-Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria “Boletín del agro exportador”, Revista Claridades Agropecuarias, Núm. 149, enero de 2006, México.

-Corona Guzmán, Roberto, “La reunión de Cancún y el futuro de la Ronda de Doha”, Revista Comercio Exterior, Vol. 54. Núm. 12, diciembre de 2004, México.

-Rosas, María Cristina, “De Doha a Cancún: logros y desafíos de la Organización Mundial de Comercio”, Revista Comercio Exterior, Vol. 52. Núm. 12, diciembre de 2002, México

-Sánchez, Georgina, “México-OMC ¿y después del libre comercio?”, Revista Comercio Exterior, Vol. 52. Núm. 12, diciembre de 2002, México.

ELECTRÓNICAS

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon02.htm

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon04.htm

http://www.fao.org/es/esc/es/20953/20990/highlight_28187es.html

http://w4.siap.sagarpa.gob.mx/sispro/IndModelos/SP_AG/LMexicano/Descripcion.pdf

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Productos/Frutas/limon/limon03.htm

http://www.fao.org/es/esc/es/20953/20990/highlight_28187es.html

<http://www.cci.org.co/manual/Productos/Frutas/limon/limon03.htm>

<http://www.lipame.com/MEXICANLEMONsp.html>

http://w4.siap.gob.mx/sispro/SP_AG/lmexicano/index_mcentro/index_prod.html

<http://www.siea.sagarpa.gob.mx/modelos/Cadenas/limmex/sld036.htm>,

www.caaarem.com.mx

<http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2006/01-99/table-e.html>

<http://www.indexmundi.com/es/canada>
http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/Estudio_Canada.pdf
<http://aceis.agr.ca/cb/factsheets/2indus-e.html>
<http://www.ccradrc.gc.ca/E/pbg/cf/b3bq/README.html>
<http://www.canadabusiness.gc.ca>
<http://www.torontoenespanol.com/ontario.htm>
http://www.canadaenespanol.com/vida_canadiense.htm
<http://www.torontoespañol.com/negocios.htm>
<http://diex.bancomext.gob.mx/diex/application?origin=diexproductos.jsp&event=button.diexBuscar>
<http://www.infoasercagob.mx/mexbest/proexporta2002/colima.htm>
http://www.pfid.msu.edu/media/publications/marketstudies/Lemon_Spanish.doc
http://www.pfid.msu.edu/media/publications/marketstudies/Lemon_Spanish.doc,
http://aplicaciones4.sct.gob.mx/sibuac_internet/ControllerUI?action=cmdEscogeRuta
<http://www.ams.usda.gov/tmd2/spanishtruck.PDF>
<http://www.senasicaw.senasica.sagarpa.gob.mx>
<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/41/sisfinanmexico.htm>
<http://www.cidac.org/vnm/libroscidac/mexico-cambio/Cap-8.PDF>
http://www.uia.mx/licenciaturas/dpt_economia/economia/pdf/clotler.pdf
<http://portal.fira.gob.mx/irj/servlet/prt/portal/prtroot/com.sap.portal.navigation.portallauncher.anonymous>
http://www.cipi.gob.mx/manual_mpymes.PDF
<http://www.sefome.gob.mx/programas.php#17>
<http://seder.col.gob.mx/Alianza/Fofae2006/Fofae112/Acuerdos.aspx>
http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s
<http://www.monografias.com/trabajos20/tasas-interes-guatemala/tasas-interes-guatemala.shtml#intro>
http://www.uady.mx/~contadur/material/FN03_admonfinancieradelpasivo.ppt

http://www.condusef.gob.mx/Seccion_Fija/glosario/glosario_esp/t.html

http://www.cnbv.gob.mx/noticia.asp?noticia_liga=no&com_id=0&sec_id=3&it_id=140

<http://www.lenderhomepage.com/content/template14/blue/Inner.php?acctid=100065&article=1104&page=article>

<http://www.pymexportabc.org.mx/pymexporta/pro.asp>

<http://www.infoserca.gob.mx/mexbest/>

<http://www.infoserca.gob.mx/mexbest/consejerias.htm#inicio#inicio>

<http://www.infoserca.gob.mx/mexbest/>

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Logistica%20exportadora/logisticaexp02.htm,

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Logistica%20exportadora/Conservac_empaque_transp/transpack13.htm