



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

*“La exportación de plátano fresco a Japón como opción de
diversificación del mercado mexicano”*

T E S I S

Que para obtener el título de

Licenciado en Relaciones Internacionales

P r e s e n t a

María Guadalupe Rosas González

Asesor: Mtra. Claudia Márquez Díaz

Mayo 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de cumplir una meta tan importante en mi vida. Agradezco a mi mamá Marcelina por ser un gran ejemplo de lucha y la mejor mamá del mundo, a mi papá Juan (q.e.p.d.) que desde el cielo cuida de nosotros y a mi abuelita Esperanza muchas gracias por tu cariño.

A ti Beto, gracias por todo el amor que me has brindado y por estar siempre a mi lado en las buenas y en las malas, a mis hermanas Vero, Paty, Betty y a mi hermano Juan esperando que esto les motive a luchar para alcanzar sus metas.

A mi asesora la Maestra Claudia Márquez Díaz muchas gracias por su tiempo y por el enorme apoyo que me brindo para poder llevar a cabo este proyecto, a mis maestros sinodales; Lic. Fabiola Virginia Lara Treviño, Mtra. Verónica Guadalupe Maldonado Pérez, Lic. Carlos Agustín Rentería Arballo, Mtro. Rodolfo Arturo Villavicencio López por sus observaciones para poder concluir este trabajo.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por abrirme las puertas en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán para formarme como una profesionista..

Por mi raza hablará el espíritu, Orgullosamente UNAM

INDICE

PAG

Introducción

CAPÍTULO 1: RELACIONES COMERCIALES MÉXICO JAPÓN

1.1 Antecedentes Históricos de las Relaciones Comerciales México Japón.....	8
1.2 Relaciones Comerciales México -Japón en la década de 1950.....	11
1.3 Relaciones Comerciales en los años sesenta y setenta.....	12
1.4 Relaciones Comerciales en los años 80 y 90.....	16
1.5 Comercio México - Japón en la época actual.....	19
1.5.1 Acuerdo de Asociación Económica.....	20
1.5.2 Principales productos exportados de México a Japón.....	24
1.5.3 Principales productos importados por México desde Japón.....	25
1.5.4 Balanza Comercial México Japón.....	27

CAPITULO 2: EL PLÁTANO FRESCO Y SU COMERCIO

2.1 Estudio técnico del plátano.....	30
2.2 Características para el plátano de exportación.....	60
2.3 El comercio internacional del plátano.....	63
2.3.1 Principales países productores de plátano.....	64
2.3.2 Países importadores de plátano.....	67
2.3.3 Países Exportadores de plátano.....	68
2.3.4 México: país productor y exportador de plátano.....	71

CAPÍTULO 3: JAPÓN MERCADO META

3.1 Características Generales de Japón.....	76
3.1.1 Población.....	77
3.1.2 Sistema de Gobierno.....	78
3.1.3 Economía.....	78
3.1.4 Acuerdos Comerciales firmados por Japón.....	79
3.2 Consideraciones para hacer negocios con Japón.....	81
3.3 Japón país importador de plátano.....	86
3.3.1 Acceso al mercado.....	88
3.3.2 Transporte.....	90

3.3.3 Canales de distribución en Japón.....	97
3.4 Trámites y leyes aplicables en la importación en Japón.....	100
3.4.1 Ley de protección de las plantas.....	101
3.4.2 Ley de Sanidad de alimentos.....	101
3.4.3 Ley de Normas Agrícolas Japonesas o Ley JAS.....	103
3.5 Procedimiento de Importación de Alimentos en Japón.....	105

CAPÍTULO 4 MARCO LEGAL Y PROCESO DE EXPORTACIÓN

4.1 Marco Legal del Comercio Exterior Mexicano.....	110
4.1.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.....	110
4.1.2 Ley de Comercio Exterior	111
4.1.3 Ley Aduanera.....	115
4.1.4 Código Fiscal de la Federación.....	117
4.1.5 Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	118
4.1.6 Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.....	120
4.1.7 Ley General de Salud.....	121
4.1.8 Ley Federal de Sanidad Vegetal.....	122
4.2 Trámites y documentos para la exportación de plátano.....	123
4.2.1 Trámites.....	123
4.2.2 Documentos.....	125
4.2.2.1 Carta de Instrucciones o Encomienda.....	125
4.2.2.2 Factura Proforma.....	125
4.2.2.3 Factura Comercial (Commercial Invoice).....	126
4.2.2.4 Lista de Empaque (Packing List).....	126
4.2.2.5 Pedimento de Exportación.....	127
4.2.2.6 Certificado de Origen.....	128
4.2.2.7 Certificado Fitosanitario Internacional.....	129
4.2.2.8 Documentos relativos al transporte.....	130
4.3 Regulaciones y Restricciones no Arancelarias.....	131
4.4 Términos de Comercio Internacional (Incoterms).....	136
4.5 El Seguro.....	138
4.6 Despacho Aduanero de Exportación.....	141
4.7 Formas de Pago en el Comercio Internacional.....	142

CAPÍTULO 5: FOMENTO, PROMOCIÓN Y FINANCIAMIENTO A LAS EXPORTACIONES EN MÉXICO

5.1 Programas de Apoyo a las exportaciones de la Secretaria de Economía (SE).....	146
5.2 Programas de la Secretaría de Agricultura Ganadería Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación	150
5.2.1 Apoyo a la Inversión en equipamiento e Infraestructura, Componente Agrícola.....	150
5.2.2 Apoyo a la Inversión en equipamiento e Infraestructura, Componente Activos Productivos Tradicionales.....	151
5.2.3 Programa de Desarrollo de Mercados Agropecuarios y Pesqueros e Información (Promoción de Exposiciones y Ferias).....	153
5.2.4 Mextbest.....	155
5.2.4.1 Directorio de Agroexportadores Mexicanos.....	157
5.2.4.2 México Calidad Suprema.....	158
5.3 ProMéxico.....	163
5.4 Jetro-México.....	166
5.5 Financiamiento a las exportaciones.....	167
5.5.1 Financiamiento Instituciones Públicas.....	168
5.5.2 Financiamiento Instituciones Privadas.....	173
CONCLUSIONES.....	181
ANEXOS:	
Anexo 1: Directorio de Empresas Importadoras de Plátano en Japón.....	187
Anexo 2 Formato de llenado del Encargo Conferido.....	190
Anexo 3 Formato de Carta Encomienda.....	192
Anexo 4: Formato de Factura Comercial.....	193
Anexo 5: Formato de llenado del Certificado de Origen.....	194
Anexo 6: Incoterms 2010.....	198
Anexo 7: Requisitos Programas Secretaria de Economía y SAGARPA.....	201
Anexo 8: Servicios Financieros Bancomext.....	202
BIBLIOGRAFIA.....	204

INTRODUCCIÓN

México durante muchos años fue una de las economías más cerradas, pero con los cambios en el contexto internacional se ha vuelto una de las economías más abiertas del mundo, nuestro país se encuentra inmerso en un proceso de competencia ya no solamente a nivel regional con países Latinoamericanos, sino a nivel mundial como resultado de la globalización. Mientras esta condición es definitivamente una ventaja también representa un gran reto el estar a la altura de las expectativas.

En términos generales el concepto de globalización ha sido utilizado para describir la dinámica actual del sistema internacional, sin embargo, debido a su complejidad, éste término ha sido ampliamente debatido desde que fue utilizado como tal, por lo cual existen una variedad de autores que definen este concepto, a continuación se mencionarán algunos autores y sus principales teorías de la globalización:

- Octavio Ianni menciona lo siguiente; *"El mundo ya no es exclusivamente un conjunto de naciones, sociedades nacionales, estados naciones, en sus relaciones de interdependencia, dependencia, colonialismo, imperialismo, bilateralismo, multilateralismo. Simultáneamente, su centro ya no es principalmente el individuo, tomado singular y colectivamente, como pueblo, clase, grupo, minoría, mayoría, opinión pública. (...En la época de la globalización, el mundo comenzó a ser taquigrafiado como "aldea global", "fábrica global", "tierra patria", "nave espacial", "nueva Babel" y otras expresiones. Son metáforas razonablemente originales, que suscitan significados e implicaciones y llenan textos científicos, filosóficos y artísticos."* (Ianni, 1998, p. 3-4)
- Immanuel Wallerstein (historiador y sociólogo que desarrolla la idea de los "sistemas mundiales") y menciona *"En primer lugar, encuentro que el término 'globalización' es en gran parte un slogan y una mistificación, y no una realidad"*. Así mismo, ha desarrollado el concepto de "economía-mundo capitalista", en el que sostiene la necesidad de analizar el capitalismo de forma unitaria y con perspectiva histórica, es decir, las relaciones entre centro, periferias y semiperiferias como partes de un único sistema mundial. División del trabajo entre países explotadores, explotados e intermedios.

- Ulrich Beck (sociólogo alemán, uno de los más importantes teóricos sobre la globalización). *"La globalización significa los procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios. El concepto de globalización se puede describir como un proceso, que crea vínculos y espacios sociales transnacionales, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas..."*

Ellos son algunos de los teóricos que han realizado estudios acerca de la globalización, en el caso específico de ésta investigación podemos retomar la teoría propuesta por Ulrich Beck, ya que él menciona a la globalización como un proceso en el cual podríamos decir que los estados interactúan en sus diferentes ámbitos.

A su vez, podemos decir que México ha estado incluido en algunos de estos procesos, participando activamente en el fortalecimiento de varias organizaciones multilaterales como: la Organización Mundial de Comercio (OMC), Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), Banco Mundial (BM), Fondo Monetario Internacional (FMI), entre otras. (Ortiz, 1999, p. 273)

Retomando a Ulrich Beck con respecto a que los estados se entremezclan se puede notar que pese a la distancia geográfica dos países de diferentes continentes pueden tener complementariedad en sus productos, tal es el caso de México y Japón (nuestro mercado meta), todo ello puede ser posible gracias a los avances en tecnología y comunicaciones derivados de dicho proceso globalizador, logrando con ello impulsar el comercio entre ambas naciones.

Derivado de estos avances tecnológicos, la información sobre las innovaciones implica una visión diferente para los empresarios, ya que es importante para tener un producto cada vez más competitivo.

Por otro lado, México y Japón han ido ajustando sus políticas comerciales para poder hacer frente a los cambios que se han ido presentando en el contexto actual, hace todavía unas décadas un gobierno podía aislarse económicamente de los demás países, actualmente, si bien lo puede hacer formalmente por medio de leyes proteccionistas, en la

realidad no le funcionan ya que pueden ocasionar el atraso de la economía en relación con países vecinos donde existe mayor apertura.

Un proceso de integración presupone espacios económicos de Estados soberanos dispuestos a intensificar el intercambio comercial y estimular el desarrollo económico entre sí, mediante la utilización de diversos instrumentos.

Dichos procesos son relativamente recientes en el tiempo ya que surgen en Europa prácticamente luego de terminada la Segunda Guerra Mundial, para luego extenderse a América Latina, Asia, África y Oceanía.

Dentro de las condiciones que son favorables para una integración económica eficaz son: la complementariedad de las economías, la proximidad geográfica, la compatibilidad de los valores socioculturales y político - económicos, la existencia de grupos organizados favorables a la integración, y la satisfacción del interés de la economía mundial y de las economías de los países miembros.

El planteamiento de la integración como respuesta a la globalización responde a la necesidad de los países de aunar esfuerzos para enfrentarse a tareas que de manera individual sería imposible realizar. Ante la fuerza de una economía global en que predominan las reglas de los más fuertes, la figura de integración de países complementarios aparece como una herramienta para formular los efectos de una nueva economía.

Una de las primeras definiciones de integración fue la de Juan Tinbergen, para quien “la integración es la creación de la estructura más deseable de la economía internacional mediante la remoción de los obstáculos artificiales a su operación óptima y la introducción deliberada de todos los elementos deseables de coordinación y de unificación”. (Guillen, 2001, p.359)

Por su lado Bela Balassa subraya el elemento dinámico de la integración, la cual constituye tanto un proceso como un estado de cosas: “la integración económica lleva a la eliminación progresiva de las prácticas discriminatorias y aun estado de cosas que se caracteriza por la ausencia de dichas prácticas”. (Soria, 2005, p. 36-37)

Retomando la anterior definición podemos decir que la integración económica como un proceso representa, diversas medidas tendientes a suprimir la discriminación entre unidades económicas de estados nacionales, y las formas de integración económica que resultan de ella se pueden caracterizar por la ausencia de discriminación en diversas áreas, con ello la teoría de la integración económica puede concebirse como una parte de la teoría economía internacional, pero también amplía el campo de la teoría del comercio internacional, al considerar los movimientos de factores y la coordinación de políticas económicas que la teoría tradicional no discute.

En este sentido, Bela Balasa propuso con amplia aceptación una tipología de la intensidad de la integración internacional en cinco niveles: Área de Libre Cambio, Unión Aduanera, Mercado Común, Mercado Único, Unión o comunidad económica y monetaria.

Todas estas diferentes formas de integración fomentan el comercio y la armonización de las economías mediante la apertura comercial, en este sentido México ha reorientado su política exterior y ha diversificado su estrategia comercial a través de los múltiples Tratados de Libre Comercio que tiene firmados.

Sin embargo, por lo regular hablar del comercio exterior de México es referirnos a su relación que mantiene con Estados Unidos, su principal socio con el que tiene casi el 80% de su comercio. Para disminuir esta dependencia económica se deben buscar nuevos nichos de mercado aprovechando las ventajas que le ofrecen los tratados que tiene firmados con otros países, uno de los más recientes es el que firmó con Japón.

Para este proyecto, retomando la integración económica dentro de su clasificación de Área o Zona de Libre Comercio, se considerarán las relaciones comerciales México – Japón tomando como referencia el Acuerdo de Asociación Económica (AAE) que entró en vigor en el año 2005 y que esta vigente a la fecha, para lo cual se analizarán los datos reportados hasta el año 2010.

A lo largo de más de un siglo, México y Japón han construido lazos de cooperación y amistad que han decidido reflejar en una relación económica más amplia y mutuamente provechosa. Actualmente las relaciones entre México y Japón atraviesan por un momento

en el que se han abierto nuevas oportunidades para ampliar significativamente los flujos de comercio e inversión.

En las negociaciones del Acuerdo de Asociación Económica se lograron oportunidades reales de comercio en donde México tiene un gran potencial, mediante ventajas de tipo arancelario y no arancelario que permitirán aumentar la participación de México en el mercado japonés.

Podemos mencionar que la importancia de este acuerdo radica en que ambas economías son complementarias en algunas cuestiones, tales como:

- En Japón la edad promedio de la población es de 42 años, mientras que en México es de 23 años.
- Japón es la 8ª. Fuente de Inversión Extranjera Directa en el mundo, mientras que México es el 3er. receptor de Inversión Extranjera Directa entre los países en desarrollo.
- Japón importa el 60% de su consumo de alimentos y el sector agrícola mexicano tiene un alto potencial para exportar alimentos a Japón.

Japón por primera vez abre su mercado agropecuario al concretarse la firma del Acuerdo de Asociación Económica con México, es importante mencionar que éste país es uno de los principales países importadores del sector agrícola y en específico es *el tercer mercado de destino de la importación de plátano*, por lo que se puede considerar que Japón representa para México una opción para la diversificación de este producto, el cual es el objeto de estudio de este proyecto.

El plátano o banano es considerado como uno de los cultivos más importantes en la agricultura, el cuarto cultivo de frutas más importantes y en frutas tropicales ocupa el primer lugar, es considerado como una fruta básica en la alimentación de varios países debido a su bajo precio, rico sabor, disponibilidad todo el año, múltiples combinaciones de cocina, sensación de saciedad que produce y su valor nutritivo en potasio, hierro y vitamina k.

En particular se considera que el plátano es un producto en el que México tiene la capacidad de cumplir con las exigencias del mercado japonés. Además sería conveniente que México aproveche las ventajas que tiene para exportar este producto, tales como:

- La importante producción de plátano en los Estados de México,
- La disponibilidad del plátano durante todo el año,
- La entrada libre de arancel a Japón para una cuota de 20,000 toneladas anuales y su desgravación total para el año 2015

A lo largo de esta investigación se irá analizando nuestro producto, el plátano fresco para identificar las ventajas y desventajas que tiene al ser exportado a Japón y con ello determinar su viabilidad de exportación como diversificación de mercado.

Toda esta información nos ayudará a determinar si es correcta o no la siguiente hipótesis: “La exportación de plátano fresco mexicano a Japón es viable para la diversificación del mercado mexicano y para aprovechar las ventajas que le ofrece el Acuerdo de Asociación Económica México – Japón”.

En el primer capítulo nos enfocaremos en mencionar cual ha sido el rumbo que han tenido las relaciones comerciales México – Japón, desde sus inicios hasta la época actual, mencionando cuales han sido los principales logros en materia de comercio exterior; el más significativo sin lugar a dudas es: el Acuerdo de Asociación Económica, así mismo, se mencionarán los principales productos que se exportan a Japón y los principales productos que importamos de este país, para finalmente hacer un análisis de la balanza comercial.

En el segundo capítulo hablaremos de las principales características de nuestro producto “el plátano”, mencionando desde sus orígenes, su morfología, las consideraciones que se deben de tener para cuidar el cultivo evitando que alguna plaga o enfermedad pueda dañarlo, logrando con ello obtener un plátano de buena calidad. En este apartado también se mencionarán los principales países productores, importadores y exportadores, destacando la importancia de México como país productor y exportador de plátano.

En el tercer capítulo nos referiremos a nuestro mercado meta Japón, primero que nada es importante dejar en claro ¿Por qué Japón?, Japón es considerada la tercera economía a nivel mundial, cuenta con un alto ingreso Per-Cápita de los habitantes, además de ser el tercer importador de plátano a nivel mundial, estas razones y las ventajas que se obtuvieron a raíz del AAE son los motivos por los cuales se eligió este mercado.

En esta parte de este proyecto se mencionarán las características generales de Japón, algunas consideraciones que se deben tener presentes al momento de hacer negocios con los japoneses, la importancia de Japón como país importador de plátano, hasta llegar a los trámites y el procedimiento que se deben de seguir para importar en Japón, todas estas cuestiones se deben de tener muy en cuenta para tener éxito en este mercado.

Pasando al capítulo cuatro nos enfocaremos en el Marco Legal Mexicano que se tiene que tener presente en el proceso de exportación, desde las leyes que regulan el comercio exterior, los trámites que se deben realizar, conocer la documentación necesaria, los principales aspectos del despacho aduanero, hasta mencionar las principales formas de pago que existen en el comercio internacional, tal y como se mencionará más adelante una exportación es exitosa hasta que se cierra el ciclo de la entrega de la mercancía y el pago de la misma.

Finalmente en el Capítulo cinco se hablará de los diferentes programas que existen en México para el fomento y promoción de las exportaciones, así como los diferentes programas de financiamiento. Estas herramientas son de gran utilidad para que el productor mexicano impulse o mejore sus exportaciones.

CAPÍTULO 1: RELACIONES COMERCIALES MEXICO – JAPÓN

En este primer capítulo se expondrá una reseña histórica de las relaciones México Japón. Se mencionará el contexto en el que se ha desarrollado su comercio a lo largo de sus diferentes épocas, y la forma en que se ha ido modificando acorde a sus intereses nacionales, de igual manera se mencionarán los principales productos que se han comercializado lo que nos ayudará a tener un panorama general de las relaciones entre ambos países.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS RELACIONES COMERCIALES MÉXICO - JAPÓN

A pesar de estar situados en extremos opuestos geográficamente, los antecedentes históricos de las relaciones entre México y Japón datan del Siglo XVI, (desde 1565), durante esa época se transportaron anualmente cargamentos de mercancía del Oriente, aunque este comercio terminó durante la guerra de independencia mexicana y fue hasta poco después de 1825 cuando la Junta de Fomento de las Californias consideró que se podría reabrir el comercio mediante el establecimiento de una compañía para comerciar con Asia. Sin embargo, el plan no se llevó a cabo y la inestabilidad política que predominó en México a lo largo del medio siglo siguiente no sólo detuvo el comercio exterior, sino que también desorganizó el interno.

Un resurgimiento del interés de México por comerciar con el Oriente empezó en 1875 promovido en gran parte por el ingeniero Francisco Díaz Covarrubias, cuyo principal país de interés fue Japón, mencionó que las relaciones con el Lejano Oriente eran parte de la tradición nacional mexicana.

Sin embargo, fue hasta 1888, con la firma del “*Tratado de Amistad, Comercio y Navegación*”, que los dos países iniciaron su vinculación formal. El mismo se suscribió en Washington, D. C. —lugar donde se negoció— el 30 de noviembre de 1888 y fue rubricado por los ministros plenipotenciarios Matías Romero y Munemitsu Mutsu.¹

¹ González Gálvez, Sergio. Eventos históricos de la Relación México Japón, *Revista Mexicana de Política Exterior*, México, Núm. 86, Junio 2009, p. 11.

El tratado con México tuvo una importancia especial para Japón, ya que excluía por primera vez, *la cláusula de extraterritorialidad*, con la cual los mexicanos tuvieron la libertad de viajar y vivir en territorio japonés, hubo completa igualdad y respeto a los principios del derecho internacional, un privilegio que no se le había otorgado antes a ningún otro país.

También, se destaca la exclusión de la cláusula de la *“nación más favorecida”*, que permitió a ambas naciones gozar de los mismos privilegios y restricciones, llevar a la apertura de oficinas consulares para atender los negocios y representar los intereses de cada país de manera recíproca, tomando en cuenta éstos cinco aspectos:

- Reciprocidad en la libertad de comercio,
- Privilegios e inmunidades relativos al comercio,
- Privilegios para la entrada y salida de personas de ambos territorios,
- No aumento de aranceles y
- Aspectos relacionados con el libre tránsito de buques.²

En todo el mundo se calificó al Tratado México – Japón como trascendental. México firmaba por primera vez un acuerdo con un país asiático y era la primera nación de Occidente que reconocía la soberanía del pueblo japonés al negociar un tratado sobre bases de absoluta igualdad.³ La buena voluntad mexicana hacia Japón, en un momento difícil para éste constituye un hecho relevante en las relaciones diplomáticas internacionales de esa época.

Más tarde, el 8 de octubre de 1924 se firmó en la ciudad de México el *“El Tratado de Comercio y Navegación entre Japón y México”* aprobado por el Senado Mexicano el 28 de octubre del mismo año. Una parte del texto del tratado mencionaba lo siguiente:

“Su majestad el emperador de Japón (Taisho) y el presidente de los Estados Unidos Mexicanos (Plutarco Elías), igualmente animados del deseo de estrechar los vínculos de amistad y de buena armonía que felizmente existen tanto entre sus Estados como

² Reyes Solís, Juan Roberto. *La nueva alianza transpacífica. El acuerdo de asociación económica México-Japón*. Disponible en: <http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero3-05/> (consultado el 18 Febrero del 2009)

³ Ota Mishima, María Elena. *Las relaciones de México y Japón: historia de un esfuerzo binacional*. *Comercio Exterior*, México, Vol. 48, Núm. 1, Enero 1998, p.26

entre sus súbditos y ciudadanos, y persuadidos de que la determinación de una manera clara y positiva de las reglas que, en lo futuro, deban aplicarse a las relaciones comerciales entre sus dos países, contribuirá a la realización de ese resultado altamente deseable, han resuelto celebrar, con tal motivo, un Tratado de Comercio y de Navegación, y nombrado como Plenipotenciarios, a saber: su majestad el emperador del Japón: su Excelencia el Señor Shigetsuna Furaya, Jushii, condecorado con la Orden Imperial del Tesoro Sagrado de tercera clase, enviado extraordinario y Ministro Plenipotenciario en los Estados Unidos Mexicanos y el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos; a su Excelencia el Señor Licenciado Aarón Sáenz, Secretario de Estado y del Despacho de Relaciones Exteriores”.⁴

Aunque, en realidad estos tratados no tuvieron gran impacto para el impulso de las relaciones comerciales, mismas que se vieron deterioradas tiempo después ante los acontecimientos del inicio de la Segunda Guerra Mundial, los ataques del imperio de Japón a Pearl Harbor y el hundimiento de los buques mexicanos, situación ante la cual México declaró la guerra a los países del eje.

El 28 de mayo de 1942, el entonces Presidente de México Manuel Ávila Camacho dio un mensaje ante el H. Congreso de la Unión sobre el estado de guerra en Japón.

“Durante la noche del 13 del mes en curso un submarino de las potencias nazi-fascistas torpedeó y hundió en el Atlántico, a un barco tanque de matrícula mexicana, “El potrero del Llano”. Ninguna consideración detuvo a los agresores, ni la neutralidad del país al que la nave pertenecía, en la noche del miércoles, otro de los barcos mexicanos, “El faja de Oro”, fue torpedeado y hundido frente al litoral norteamericano. Todas las gestiones diplomáticas han terminado y se plantea ahora la necesidad de tomar una pronta resolución.”⁵

Al ingresar Japón a la guerra, el comercio con México sufrió una caída llegando al colapso en los años 1943 y 1944, en el periodo de la segunda guerra mundial hubo una

⁴ Tratado de Comercio entre el Japón y México, Disponible en: http://untreaty.un.org/unts/60001_120000/14/40/00027956.pdf (Consultado el 18 de Febrero del 2009)

⁵ Mendoza Juárez, Fredy. Relaciones Bilaterales México – Japón: las posibilidades de un Tratado de Libre Comercio, Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/mendoza_j_f/capitulo1.pdf (Consultado el 18 de Febrero del 2009)

paralización del comercio, reanudándose el comercio en la posguerra, pero sin poder recuperar los volúmenes altos que se habían logrado en los años 1940 y 1941.

Cabe mencionar que no fue sino hasta la segunda mitad del Siglo XX cuando cobró importancia el intercambio económico entre estos dos países.

1.2 RELACIONES COMERCIALES MÉXICO – JAPÓN EN LA DÉCADA DE 1950

Como se mencionó anteriormente debido al inicio de la Segunda Guerra Mundial el desarrollo de las relaciones México-Japón se vieron interrumpidas por un tiempo a partir del decreto del 1º. de junio de 1942 cuando México declaró la existencia de un estado de guerra y fue hasta abril de 1952 al concluirse el “*Tratado de Paz de San Francisco*” cuando el gobierno mexicano figuró entre los primeros signatarios de este acuerdo para restablecer las relaciones diplomáticas.

Se puede decir, que las tendencias de los respectivos modelos de desarrollo económico y los intentos por restaurar los vínculos diplomáticos, fueron el motor propulsor y los aspectos que señalaron el curso de las relaciones entre México y Japón en la década de los cincuenta.

Esta etapa coincide con el primer periodo del desarrollo de la posguerra de la economía japonesa conocido como; “*Recuperación Económica*” y, por el lado de México coincide con el periodo de “*Sustitución de Importaciones*”. A pesar de ello, el comercio entre las dos naciones fue modesto en términos absolutos pero, creció a ritmos saludables debido a las exportaciones mexicanas de materias primas.

Dentro de la región latinoamericana, México se mantuvo durante casi toda la década de los cincuenta como el principal país exportador de materias primas a Japón. Su participación aumentó de 24.63% en 1950 a 41.52% en 1952, para después caer a 29.67% en 1954 y recuperarse de 1956 a 1958.⁶

⁶ Uscanga, Carlos. Nexos económicos México – Japón en la posguerra, *Comercio Exterior*, México, Vol. 48, Núm. 1, Enero 1998, p. 16

En la segunda mitad de los años cincuenta la composición de la estructura del comercio exterior consistió en que México exportaba principalmente productos básicos, mientras que importaba de Japón bienes manufacturados.

Los productos exportados por nuestro país en ésta época fueron básicamente: algodón en rama, arroz, henequén, semillas de linaza y mercurio. Las importaciones del país oriental se caracterizaron, al inicio de la década analizada, por artículos tales como piezas de vajilla de porcelana, recipientes llamados “termos”, agujas de hierro y acero para coser, termómetros, jeringas hipodérmicas y cuentas de vidrio.⁷

Considerando al algodón como el principal producto de exportación, en 1950 representó 74% del total de las compras japonesas y en 1956 se elevó al 97%. Al final de ese decenio se registró cierta diversificación al exportar a Japón otros productos, aunque se mantuvo el dominio del algodón por algunos años más, Estados Unidos fue el principal competidor de México en las exportaciones de algodón; los dos países se turnaban el primero y segundo lugar en el mercado japonés, a finales de ésta década.⁸

Podemos destacar que durante el periodo de 1950 y parte de los años 60 las exportaciones mexicanas a Japón crecieron a una tasa media anual de 28.3% y las importaciones a una media de 26.4%, lo que dio como resultado un saldo positivo para México en la balanza comercial, y por ende se tradujo en mayores beneficios para nuestro país en términos de comercio.

1.3 RELACIONES COMERCIALES EN LOS AÑOS SESENTA Y SETENTA.

El primer gran impulso hacia el incremento de las relaciones comerciales entre ambos países lo dio el presidente mexicano Adolfo López Mateos en 1962 en su visita a Japón, ya que dos años después de este viaje, en 1964, México envió una misión comercial integrada por representantes de los sectores público y privado con el propósito de explorar el mercado japonés y otros países asiáticos.

⁷ Martínez Legorreta, Omar y Akio Ozono (comp.), Relaciones México – Japón, nuevas dimensiones y perspectivas. México, El Colegio de México, 1985, p. 328

⁸ *Ibidem*.

Sin embargo, años más tarde el presidente Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) realizó cambios en su gobierno, él no se enfocó en diversificar las relaciones con el exterior, sino que limitó los alcances geográficos de la política exterior a la vecindad próxima, es decir, Estados Unidos y Centroamérica, por lo que durante su gobierno no hubo muchos avances en las relaciones con este país, debido a ello, México empezó a perder terreno como socio comercial de Japón.

El país nipón por su lado inició un proceso de internacionalización y sus corporaciones gradualmente se extendieron por todo el mundo. En los años cincuenta y sesenta las compañías estadounidenses habían dirigido ese proceso de globalización seguidas por las empresas europeas. A pesar de que las empresas japonesas llegaron tarde, muy pronto se convertirían en un serio competidor en el mercado mundial.⁹

El crecimiento económico de Japón entre 1960-1965 registró un 9.7% anual, después de un ligero descenso en 1965, alcanzó el 11.8% para el resto de la década¹⁰.

La industria de exportación mostraba fortaleza y lograba un buen rendimiento dentro del mercado internacional con productos de buena calidad, a esta recuperación se le conoció como *“El milagro japonés”*. Por el lado de México a finales de éste decenio se empezaron a manifestar los signos de agotamiento del modelo de *“Desarrollo Estabilizado”*.¹¹

En cuanto al comercio en este periodo, al final de los años sesenta predominaban productos con mayor grado de elaboración como máquinas de coser y partes de bicicleta, lo que sin duda, fue el reflejo del rápido avance industrial de Japón.

Para los años setenta México y Japón buscaron diversificar sus relaciones económicas con el exterior. México por su lado tenía que disminuir la dependencia tecnológica y financiera con Estados Unidos y Japón debía hacer frente al Medio Oriente y a su poder petrolero, para lo cual Japón emprendió una política de *“amistad con todos los países”*, en el que consideraba a México como una buena opción para la diversificación.

⁹ Entre las corporaciones japonesas que destacaban en esa época eran: Nissan (antes Datsun), Mitsui, Hitachi, Toshiba, Suntory, Mitsubishi, Matsushita, Japan Airlines, Citizen, entre otras pequeñas compañías, con un total de 27 corporaciones en los sectores de servicios y manufacturas.

¹⁰ Mendoza Juárez, Fredy, Op. Cit., p. 13

¹¹ Uscanga, Carlos. Op. Cit., p. 16.

En el periodo de gobierno del Presidente Luis Echeverría (1970-1976) uno de los aspectos más importantes en su estrategia económica fue impulsar un programa de diversificación comercial. En el establecimiento de esta política interactuaron factores externos e internos: entre ellos, el sistema bipolar dominado por Estados Unidos y la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas (URSS) como potencias mundiales, sufrió un retraimiento en sus políticas exteriores y con ello a su vez empieza la conversión de Europa y Japón como potencias económicas reformulando la estructura de la sociedad internacional. En segundo, la crisis del modelo de sustitución de importaciones y el surgimiento de tensiones sociales dentro de la sociedad mexicana generaron un cambio de estilo de gobierno en México.

Sin lugar a dudas el descubrimiento de yacimientos de petróleo a finales del sexenio de Luis Echeverría y la conversión de México en un importante productor de este energético, durante el gobierno de López Portillo, produjeron un cambio en la estrategia comercial y diplomática de México.¹²

Por su parte el milagro japonés, se enfrentó a su primer desafío en 1973 al presentarse la primera crisis petrolera, mostrando la vulnerabilidad de esta economía y su alta dependencia de la importación de materias primas y de energéticos.

En la segunda crisis petrolera en 1979, Japón busco un acuerdo permanente para la compra de este energético, en donde el anuncio oficial del descubrimiento de grandes yacimientos de petróleo en México y sus posibilidades de explotación, cambiaron el rumbo de las relaciones entre estas dos economías.

En agosto de ese año México y Japón celebraron un acuerdo de diez años para la adquisición de 100 mil barriles de petróleo diarios cuya entrega se iniciaría en 1980, convirtiéndose Japón en el segundo comprador más importante de este energético después de Estados Unidos, al que en ese entonces se le vendían 400 mil barriles.¹³

En ese momento el acuerdo pareció satisfactorio para ambas partes, pues Japón deseaba asegurar una fuente de abastecimiento de petróleo y México ampliar sus lazos de

¹² *Ibidem*, p. 18

¹³ *Ibid.*, p. 20

cooperación técnica y financiera japonesa, en especial para el mejoramiento de sus instalaciones portuarias y el establecimiento de un centro industrial en las costas del Pacífico como parte de la política de desarrollo regional y con ello incrementar sus vínculos con los países de la Cuenca del Pacífico.

Sin embargo, la posición cautelosa hacia la propuesta mexicana del Nuevo Orden Económico Internacional y la falta de entendimiento por parte de Tokio de los deseos de diversificación económica de México limitaron los contactos bilaterales en forma significativa, por lo que se podría considerar que esta estrategia fue más de entusiasmo que de reales probabilidades.

A pesar de ello, el programa de diversificación en el terreno comercial tuvo un éxito relativo, el intercambio comercial se incrementó y registró dos transformaciones fundamentales. En primer lugar, las exportaciones de algodón perdieron dinamismo y de manera simultánea las de sal, café, camarón congelado, cobre y manganeso aumentaron rápidamente. En segundo lugar, de acuerdo con las fuentes japonesas el comercio bilateral tuvo un superávit a favor de Japón, luego de los recurrentes déficits desde la década de los cuarenta, aunque existió discrepancia entre los datos de México y Japón sobre el aspecto de la forma de contabilizar sus registros de comercio exterior.

En cuanto a las exportaciones e importaciones el autor, Omar Martínez Legorreta, en su obra *“Las Relaciones México – Japón”*, analizó el periodo comprendido de 1965 a 1975, el cual mencionaba que se caracterizó por lo siguiente:

- Las exportaciones mexicanas a Japón pierden dinamismo en su crecimiento, su participación bajo de 7.3% a 4.3% en ese periodo.
- El algodón principal producto de exportación sufrió un descenso.
- Empieza a reflejarse una diversificación de los productos exportados, tales como: la sal común, el manganeso en concentrados, el cobre y el plomo en bruto; de la rama alimenticia, el café en grano, camarón congelado, carne de ganado porcino, equino y vacuno, fresas y miel de abeja, y otros productos elaborados como ópalos tallados, hormonas naturales, ácido cítrico, etc.

- Las importaciones japonesas por su parte mantuvieron un ritmo favorable de crecimiento, en ese periodo.¹⁴

Podemos decir entonces, que durante el gobierno de José López Portillo (1976-1982) se presentó un cambio en la estrategia comercial y diplomática de México al descubrirse vastos yacimientos de petróleo. El gobierno mexicano empleó el petróleo como un instrumento de negociación, como medio para atraer capital extranjero y para poner en práctica el programa de diversificación económica.

1.4 RELACIONES COMERCIALES EN LOS AÑOS 80 Y 90.

Los años ochenta se pueden considerar como el inicio de una nueva etapa en las relaciones económicas y comerciales entre México y Japón; se emprendieron diversos proyectos en las costas del Pacífico y el petróleo desplazó al algodón como principal producto de exportación al mercado japonés.

A partir de octubre de 1980 comienza a exportarse petróleo a Japón, de un acuerdo original de 100 mil barriles diarios, México elevó sus exportaciones a 180 mil barriles diarios. Así mismo, se configuró en ese año la revitalización de diversas medidas de cooperación bilateral en los siguientes ámbitos: industrial, financiero, bancario, portuario, de transporte marítimo, de transferencia de tecnología, entre otros.

Alentados por las perspectivas favorables de crecimiento de la economía mexicana, los inversionistas japoneses se apresuraron a producir en México y la Inversión Extranjera Directa (IED) de Japón se incrementó a \$131 millones de dólares en 1977, y alcanzando \$212 millones de dólares en 1981. Como resultado de esto, la participación japonesa en el total de la IED en México alcanzó su nivel más alto, 7.2% en 1982. De esta forma, a principios de los 80, Japón se ubicó como el tercer inversionista extranjero más importante en México.¹⁵

Sin embargo, en el gobierno del Presidente Miguel de la Madrid (1982-1988) se estableció un plan de austeridad económica y reducción de compras del exterior, lo que

¹⁴ Martínez Legorreta, Omar. Op. Cit. p. 329

¹⁵ López Villafañe, Víctor. La nueva era del capitalismo. Japón y Estados Unidos en la cuenca del Pacífico. México, Ed. Siglo XXI, 1994, p. 140

provocó el deterioro de los vínculos económicos entre ambos países, que de acuerdo a estadísticas mexicanas, el balance comercial fue modificado a favor de México en 1982 y 1984, aunque después se mostró una tendencia a la baja, las exportaciones se elevaron y surgieron dos elementos en la relación: la apertura comercial y económica y la disposición mexicana de participar en los foros del Pacífico, éstos elementos como medidas para enfrentar la Globalización.

En ese sentido la orientación de la política exterior fue reforzar la imagen de México como un país que deseaba implantar un modelo de desarrollo centrado en el fomento a las exportaciones, se incrementó la atracción de la inversión extranjera por parte de Japón y a su vez las relaciones bilaterales se ubicaron dentro del marco regional de la Cuenca del Pacífico, justificando su interés en esta área ya que se pensaba que podía ofrecer un marco para estrechar vínculos entre América Latina y Asia, teniendo como referencia el logro del acercamiento comercial y financiero con Tokio.

En este contexto en 1989 se crearon las bases para la formación del mecanismo de Cooperación Económica Asia - Pacífico (APEC), siendo el primer foro de carácter intergubernamental que buscaba generar los medios necesarios para atender los problemas que los procesos de la acelerada integración económica exigían en el Pacífico Asiático, cabe mencionar que a este organismo México logró su ingreso cuatro años más tarde en 1993.

México buscó una estrategia para lograr su participación en los principales foros de cooperación de la Cuenca del Pacífico, en donde se mantuvo una concentración de los nexos económicos con Japón, no hay que olvidar que Japón es el fundador de la mayoría de los modelos de cooperación regional de la Cuenca del Pacífico, al mismo tiempo se observó una diversificación de Japón en las relaciones comerciales y financieras bilaterales con otras economías del Pacífico Asiático, en especial con Singapur.

Durante la primera mitad del decenio de los ochenta se caracterizó en que México fue el segundo mercado más importante para las exportaciones japonesas en América Latina con 16.2%, pasando en 1990 a ser el principal destino de las exportaciones japonesas al continente, por un valor de 2 271 millones de dólares. México era igualmente, uno de los

más importantes exportadores a este mercado, al ocupar el segundo lugar después de Brasil, con exportaciones en 1990 por un valor de 1931 millones de dólares.¹⁶

Sin embargo, el entusiasmo petrolero no duro mucho tiempo; el desplome de los precios del hidrocarburo aumentó de manera significativa la deuda externa con Japón, país que había considerado que su poder económico y el petróleo de México harían la mancuerna perfecta para liderar el desarrollo de la Cuenca del Pacífico, lo que no se logró ya que la caída de los precios del petróleo condujo a una relación deficitaria y los planes de desarrollo se cancelaron. Después de la fiesta petrolera, Japón se convirtió en el segundo acreedor de México sólo después de Estados Unidos.

Es importante destacar que en 1992 llegó a su término el convenio de venta de petróleo a Japón, cuyas exportaciones no se sustituyeron por otros bienes, por lo que el comercio bilateral se tornó desfavorable para nuestro país. El entonces presidente de México Carlos Salinas de Gortari realizó una visita a Japón para promover negocios y atraer inversiones, sin embargo, no fue sino hasta 1994 cuando esta nación comenzó a aumentar su presencia con las exportaciones, pese a ello el balance fue favorable para la economía asiática.

Durante este periodo Salinas buscó atraer capitales japoneses a través de una serie de reformas económicas tales como las ventas de las empresas paraestatales y la privatización, control de la inflación, reducción unilateral de tarifas arancelarias y no arancelarias, todas estas medidas para cambiar la mala imagen que tenía en ese entonces México, llevándolo con ello a la transformación de un modelo de desarrollo “*neoliberal*”, el cual a pesar de que fue bien recibido en los círculos financieros y empresariales japoneses no tuvo el impacto inmediato que esperaba el gobierno mexicano.

Al mismo tiempo se dieron inicio las negociaciones con Estados Unidos y Canadá para formar un Tratado de Libre Comercio (TLCAN). Japón tomó con cautela este anuncio y se pronunció en contra, ya que representaba para él un temor de que se convirtiera en un bloque comercial cerrado y que se fomentara el proteccionismo mundial que podría obstaculizarle el acceso a su principal mercado: Estados Unidos.

¹⁶ *Ibidem*, p. 141

Por lo tanto, durante la década de los 90 hubo cambios importantes en la composición del comercio bilateral. Al inicio de la década, México seguía siendo monoexportador a Japón, ya que el petróleo representaba el 80.2% del total de las exportaciones al país asiático. Sin embargo, a lo largo de la década, la participación del petróleo en el total de exportaciones a Japón se redujo al 65% en 1992, 44.7% en 1994, 43.2% en 1996, y 15.3% en 1998.¹⁷ Hubo una caída dramática en el valor de exportaciones de petróleo a Japón, de \$1.1 miles de millones de dólares en 1990 a \$252.8 millones de dólares en 1999.

En síntesis, la relación comercial de México con Japón hasta fines de los noventa estuvo caracterizada por una muy baja penetración de los productos mexicanos en el mercado nipón, mientras que las importaciones procedentes de Japón estuvieron vinculadas fuertemente a la inversión japonesa establecida en México, lo que generó un mayor déficit comercial para nuestro país. En los años posteriores se buscó la posibilidad de firmar un acuerdo de libre comercio entre México y Japón, pero dichas negociaciones no fueron formalizadas, sino hasta el gobierno del presidente de México Vicente Fox Quesada.

1.5 COMERCIO MÉXICO – JAPÓN EN LA ÉPOCA ACTUAL

La relación con Japón le ha permitido a México colocarse a la vanguardia en tecnologías de alto valor agregado, en producción de insumos competitivos, que cuentan con mercados dinámicos y en rápida expansión. Además, Japón ofrece la oportunidad de ser un puente para que México se vincule de una manera permanente y productiva las economías de Asia Pacífico donde se prevé el mayor crecimiento económico y el más importante desarrollo tecnológico del siglo XXI.

Cabe mencionar que hasta que Japón fue desplazado por China en 2003, se mantuvo tradicionalmente como el socio más importante de México en Asia-Pacífico. La importancia relativa de México como socio de Japón era y es todavía muy baja: para Japón, las exportaciones a México representan apenas 1.1% del total de sus exportaciones; este último ocupa el lugar número 21 como socio comercial; las

¹⁷ Solís, Mireya. México y Japón: las oportunidades de libre comercio. Disponible en: http://www.sice.oas.org/tpd/mex_jpn/studies/oportunidades_s.pdf (Consultado el 20 de Febrero del 2009)

importaciones mexicanas representan apenas 0.5% del total de las importaciones niponas, lo que sitúa a México en el lugar 36 entre sus socios.¹⁸

Estas cifras actualmente se ven influenciadas por los resultados del Acuerdo de Asociación Económica firmado en el 2005, el cual es el principal factor que regula el comercio entre estos dos países.

1.5.1 ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA

En el actual contexto de las relaciones comerciales entre México y Japón, el Acuerdo de Asociación Económica (AAE), es la base en la estrategia de México para considerar a Asia como parte fundamental de su política comercial internacional.

El Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón se firmó el 17 de Septiembre de 2004 y entró en operación el 1 de Abril de 2005. Las negociaciones se iniciaron en 2002 e involucraron un total de 14 rondas alternadas en ambos países, la última se celebró en Tokio del 25 de febrero al 5 de marzo de 2004.¹⁹

El objetivo de dicho Acuerdo es promover la liberalización del comercio y la inversión entre México y Japón. Incluye además de los componentes propios de un tratado de libre comercio, un conjunto de disposiciones en materia de cooperación bilateral, las cuales buscan propiciar que México aproveche de mejor manera la liberalización y apertura de los mercados de bienes, servicios y capitales.

El texto del Acuerdo de Asociación Económica se compone de 177 Artículos divididos en 18 Capítulos, con sus respectivos Anexos, a continuación en el siguiente cuadro se muestra su composición:

¹⁸ Falck Reyes, Melba E., Las relaciones económicas entre México y Japón a 120 años del primer acuerdo, *Revista Mexicana de Política Exterior*, México, No. 86, Junio 2009 p. 43.

¹⁹ García de León, Guadalupe. México y Japón: comercio bilateral en el marco del Acuerdo de Asociación Económica, *Comercio Exterior*, México, Vol. 60, Núm. 2, p. 118

TABLA 1.1
ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONOMICA MÉXICO – JAPÓN

Tratado de Libre Comercio	Cooperación bilateral
Capítulos: 1. Objetivos 2. Definiciones generales 3. Comercio de bienes Secciones: 1. Reglas generales 2. Medidas sanitarias y fitosanitarias 3. Normas, reglamentos técnicos y procedimientos de la evaluación de la conformidad 4. Reglas de origen 5. Certificado de origen y procedimientos Aduaneros 6. Medidas de salvaguardia bilaterales 7. Inversión 8. Comercio transfronterizo de servicios 9. Servicios financieros 10. Entrada y estancia temporal de nacionales con Negocios 11. Compras del sector público 12. Competencia 15. Solución de controversias 16. Operación del acuerdo 17. Excepciones 18. Disposiciones finales ANEXOS	Capítulos: 13. Mejora del ambiente de negocios 14. Cooperación bilateral Artículos: 139. Promoción del comercio y la inversión 140. Industria de soporte 141. Pequeñas y medianas empresas 142. Ciencia y tecnología 143. Educación técnica y capacitación 144. Propiedad intelectual 145. Agricultura 146. Turismo 147. Medio ambiente 148. No aplicación del capítulo 15 149. Relación con otros acuerdos

Fuente: Elaboración propia con información de León Islas Oscar. El Acuerdo de Asociación Económica México - Japón: ¿economías complementarias o convergencia de intereses?, *Comercio Exterior*, México, Vol. 55, Núm. 4, Abril 2005, p. 344

Dentro de los aspectos que conforman este acuerdo en la parte de Tratado de Libre Comercio, se enfoca principalmente en: Acceso a mercados de bienes, Reglas de origen, Certificado de origen y procedimientos aduaneros, Normas sanitarias y fitosanitarias, Normas, reglamentos técnicos y procedimientos de la evaluación de la conformidad, Salvaguardias, Inversión, Servicios, Compras gubernamentales, Competencia y Solución de controversias.

En cuanto a la parte de Cooperación Bilateral trata principalmente de: Industria de soporte, Pequeñas y medianas empresas, Promoción del comercio y la inversión, Ciencia

y tecnología, Educación y capacitación laboral, Turismo, Agricultura, Propiedad intelectual, Medio Ambiente y Mejoramiento del ambiente de negocios

Este acuerdo representa una importante oportunidad para materializar nuestro potencial de exportación al mercado japonés y atraer mayores flujos de inversión que contribuirán a incrementar la producción, el empleo y la competitividad, además nos vincula con la tercera economía más importante a nivel mundial y contribuye a consolidar la posición de México en la promoción de comercio e inversión, además de que permite aprovechar la complementariedad que existe entre ambas economías, entre las características que las hacen complementarias se pueden mencionar las siguientes:

TABLA 1.2
MÉXICO Y JAPÓN, ECONOMÍAS COMPLEMENTARIAS

<u>Importancia de Japón</u>	<u>Importancia de México</u>
Es la tercera economía más grande del mundo.	México ocupa el lugar 11 en la economía mundial.
Es uno de los países más poblados del mundo, sin embargo, su población tiene una edad promedio de 42 años.	Tiene una abundante mano de obra joven y capacitada que en promedio tiene 23 años.
Es una de las principales fuentes de Inversión Extranjera Directa.	Se ha ubicado como un lugar ideal para la inversión extranjera directa (IED) gracias, entre otros factores, a los acuerdos comerciales negociados.
Es un productor y exportador de productos de alta tecnología con un importante valor agregado y salarios elevados, que requiere importar productos de tecnología media-alta en electrónica, electrodoméstica, y en el sector automotriz.	Es uno de los principales productores y exportadores de bienes de tecnología media-alta, como electrónicos, electrodomésticos, y del sector automotriz.
Importa alrededor del 60% de su consumo de alimentos, y no produce grandes cantidades de bienes para la exportación en este sector. Por lo tanto, requiere de un socio comercial que pueda brindarle calidad y variedad de productos alimenticios.	El sector agropecuario es uno de los que cuenta con mayor potencial exportador como consecuencia del fortalecimiento de nuestra relación comercial con Japón. Las importaciones totales de productos agropecuarios de Japón provenientes de nuestro país son aún poco significativas.

Fuente: Elaboración propia con datos de Acuerdo de Asociación Económica México- Japón. Disponible en: http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_JPN/Studies/puntos_s.pdf (Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

Todos estos elementos son clave para dotar de mayor competitividad a la economía nacional y mejorar el ambiente de negocios a fin de que los sectores productivos aprovechen al máximo las oportunidades derivadas del AAE.

En cuanto al acceso de mercados Japón es el tercer importador de productos agroalimentarios del mundo, importa alrededor de 35 mil millones de dólares, lo que equivale a casi el doble del comercio total de productos agroalimentarios entre los países miembros del TLCAN (Canadá, Estados Unidos y México).²⁰

México logró negociar compromisos en 796 líneas arancelarias que representan más del 99% de las exportaciones mexicanas a Japón, de las cuales algunas tienen acceso preferencial desde la entrada en vigor del Acuerdo. En este sentido, México obtuvo acceso al mercado de Japón en productos con gran potencial en este sector.²¹

Para el caso específico del plátano los aranceles se eliminarán por completo a largo plazo (10 años)

Producto	Actual %	Resultado negociación
Plátano	10 - 20	Desgravación en 10 años, con un cupo libre de arancel de 20 mil toneladas

Fuente: Acuerdo de Asociación Económica México- Japón. Disponible en: http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_JPN/Studies/puntos_s.pdf (Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

Con lo anterior podemos observar que existen ventajas que México puede aprovechar para la comercialización de sus productos en Japón, en donde el plátano, nuestro objeto de estudio, se vio beneficiado con la firma de dicho acuerdo.

Dando continuidad al comercio entre estos dos países, pasaremos ahora a hablar de los principales productos que hoy en día se exportan de México a Japón y viceversa y con ello poder hacer un breve análisis de la balanza comercial.

²⁰ Solser Valdés, Rosario Alejandra. Tratados Comerciales Internacionales. México, Ediciones Fiscales ISEF, 2006, p. 44

²¹ *Ibidem*.

1.5.2 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS DE MÉXICO A JAPÓN

Con la entrada en operación del AAE, México ha aumentado sus exportaciones a Japón, en particular en productos agropecuarios y pesqueros, para los cuales se eliminaron o redujeron aranceles. En 2008 las exportaciones de este tipo de productos sumaron 757.2 millones de dólares, con un incremento de 21.6% respecto al año anterior. Los cárnicos, de manera particular la carne de cerdo, ocuparon el primer sitio en las exportaciones mexicanas a Japón.²²

En el 2008 se registró un aumento en las exportaciones de algunos frutos, como aguacate, melón y plátano; y alimentos marítimos, como erizo, sardina, aceite de pescado y harina de pescado. Sin embargo, es necesario señalar que el total de productos agropecuarios y pesqueros aún representa una proporción reducida del total de exportaciones mexicanas a Japón, la cual ha fluctuado alrededor de 20% en los últimos años.

Francisco Mayorga Castañeda (Secretario de SAGARPA), informó que el valor total de las exportaciones hacia Japón, en el año 2009 fue de 661 millones de dólares, con crecimiento en frutas, vegetales, bebidas y otros. Las exportaciones de frutas fueron de 127 millones de dólares, lo que representó un crecimiento de 1.27% respecto al 2008. Las frutas representan el 19% de las ventas totales agroalimentarias mexicanas a Japón. En este rubro crecieron los envíos de aguacate, melón, **plátano**, limón persa y mango persa.²³

Por su parte, en 2010, los principales productos exportados por México a Japón fueron: carne de porcino, automóviles, plata, unidades de proceso, sal, aguacates, entre otros; (Ver Tabla 1.3)

²² García de León P., Guadalupe, Op. Cit, p. 122

²³ Busca México acrecentar exportaciones de productos agroalimentarios hacia Japón. Disponible en: <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/Paginas/2010-B194.aspx> (Consultado el 16 de Junio del 2010)

TABLA 1.3

Principales exportaciones mexicanas a Japón (Millones de dólares)					
Fracción arancelaria	Descripción	2004	2008	2010	Part 10
0203.29.99	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.	101.0	247.7	194.8	10%
8703.23.01	Automóviles de cilindrada superior a 1,000 cm ³ pero inferior o igual a 1,500 cm ³	121.5	185.6	139.9	7%
7106.91.01	Plata	71.9	206.9	136.0	7%
2501.00.01	Sal y cloruro de sodio puro,	52.0	97.1	104.0	5%
0804.40.01	Aguacates	45.9	67.4	75.8	4%
3912.11.01	Acetatos de celulosa.	-	81.9	70.4	4%
8421.39.08	Convertidores catalíticos	0.2	8.3	62.2	3%
8471.70.01	Unidades de memoria.	16.6	18.3	50.1	3%
8517.70.11	Partes que incorporen al menos un circuito modular.	-	20.9	47.9	2%
0202.30.01	Carne de animales de la especie bovina, congelada deshuesada.	8.4	32.3	46.9	2%
	Subtotal	417.5	966.3	928.1	48%
	Otros	773.0	1,101.8	998.3	52%
	Total	1,190.5	2,068.1	1,926.3	100%

Fuente: COMCE Noreste, A. C. http://www.comcenoreste.org.mx/noticias/noticias_detalle.php?idNoticia=55 (Consultado el 20 de Mayo del 2011)

Podemos observar que las exportaciones de estos productos tuvieron un aumento considerable del 2004 al 2008, esto como resultado del aprovechamiento del acuerdo de libre comercio y aunque en el periodo del 2008 al 2010 se observa un descenso (principalmente debido a la crisis mundial del 2009) la participación de nuestros productos en el mercado japonés es cada vez mayor.

1.5.3 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR MÉXICO DESDE JAPÓN

Por otro lado de acuerdo con datos de la SE, las importaciones mexicanas desde Japón han crecido a un ritmo de 11.4% promedio anual entre 2004- 2008 y alcanzaron en este último año 16 326 millones de dólares. El efecto de la liberalización comercial ha sido más marcado en productos de tecnología de la información y equipos de transporte, que

incluye automóviles y productos de la industria del acero, en particular planchas para automóviles.²⁴

En 2010, los productos provenientes de Japón que registraron mayor participación de las compras mexicanas de esa nación fueron: automóviles, cajas de cambio, ensamblajes de pantallas planas, máquinas y aparatos para imprimir, circuitos electrónicos, procesadores; entre otros; Ver Tabla 1.4. Estos productos representaron ventas cercanas a los 5 mil millones de dólares en el último año.

TABLA 1.4

Principales importaciones mexicanas de bienes de origen japonés (millones de dólares)					
Fracción arancelaria	Descripción	2004	2008	2010	Part. 10
8703.23.01	Automóviles de turismo y demás vehículos para el transporte de personas de cilindrada superior a 1,500 cm ³ pero inferior o igual a 3,000 cm ³ .	615	842	714	5%
8529.90.99	Máquinas, aparatos y material eléctrico	224	1,028	707	5%
8708.40.99	Cajas de cambio	0	127	516	3%
9013.90.01	Partes y accesorios de dispositivos de cristal líquido.	0	590	465	3%
8443.99.01	Partes exclusivamente para las impresoras.	0	585	437	3%
8529.90.10	Ensamblajes de pantalla plana	76	85	316	2%
8541.40.01	Dispositivos semiconductores fotosensibles.	46	208	266	2%
8708.50.99	Ejes con diferencial	0	30	220	1%
8542.39.99	Circuitos electrónicos integrados.	0	215	212	1%
8532.24.99	Condensadores eléctricos fijos con dieléctrico de cerámica, multicapas.	190	232	206	1%
8536.90.99	Otros aparatos.	199	320	204	1%
8708.29.99	Partes y accesorios de vehículos automóviles	24	126	202	1%
8542.31.99	Procesadores y controladores	0	215	177	1%
8708.50.06	Ejes delanteros	0	55	165	1%
8409.91.99	Partes identificables para calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	30	78	160	1%
	Subtotal	1,403	4,737	4,968	33%
	Otros	9,180	11,589	10,047	67%
	Total	10,583	16,326	15,015	100%

Fuente: COMCE Noreste, A. C. http://www.comcenoreste.org.mx/noticias/noticias_detalle.php?idNoticia=55 (Consultado el 20 de Mayo del 2011)

Aproximadamente el 90% de las importaciones mexicanas provenientes de Japón son bienes intermedios o de capital que no se producen en México, tales como aceros especializados, semiconductores, paneles para televisores de plasma y LCD, auto partes y equipos de precisión. Los productos importados son incorporados a la producción de empresas establecidas en México en sectores como el de auto partes-automotriz y

²⁴ García de León P., Guadalupe. Op. Cit., p. 121

eléctrico-electrónico, y posteriormente son reexportados en bienes finales de mayor valor agregado, en su mayoría a EE.UU., mercado con el que México mantiene uno de los mayores superávits comerciales.²⁵

1.5.4 BALANZA COMERCIAL MÉXICO – JAPÓN

Después de observar que el intercambio de productos es constante entre ambos países, pasaremos a analizar el comportamiento de su Comercio bilateral a través de la Balanza comercial, como sabemos la “*balanza comercial*” es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante determinado período, el saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. En la siguiente tabla se muestra el comportamiento de la balanza comercial en el periodo 2004-2010. (Ver Tabla 1.5)

Tabla 1.5

	2004	2005	2006	2008	2009	2010	Crec. (04/10)	Crec. (08/09)	Crec. (09/10)
Exportaciones	1,191	1,470	1,594	2,068	1,615	1,926	62%	-22%	19%
Importaciones	10,583	13,078	15,295	16,326	11,397	15,015	42%	-30%	32%
Comercio Bilateral	11,774	14,548	16,889	18,394	13,012	16,941	44%	-29%	30%
Balanza comercial	-9,393	-11,608	-13,701	-14,258	-9,783	-13,088	39%	-31%	34%

Elaborado por IQOM con datos de la Secretaría de Economía.

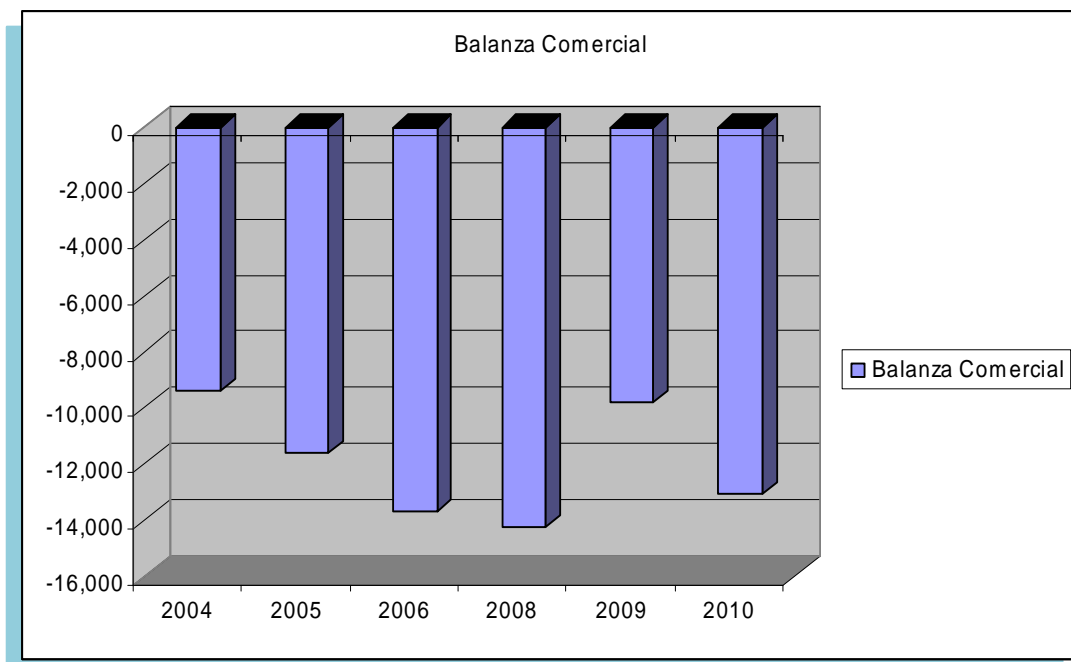
Fuente: COMCE Noreste, A. C. http://www.comcenoreste.org.mx/noticias/noticias_detalle.php?idNoticia=55
(Consultado el 20 Mayo del 2011)

A partir de la entrada en vigor del AAE el intercambio bilateral entre ambos países se ha incrementado 44%. En el periodo 2004-2010 las importaciones mexicanas provenientes de Japón mostraron un crecimiento de 42%, al pasar de poco más de 10 mil millones de dólares al inicio del periodo a 15 mil millones en 2010. En este mismo periodo, las exportaciones mexicanas registraron un crecimiento de 62%, pasando de poco más de 1

²⁵ Acuerdo para el Fortalecimiento de Asociación Económica México – Japón. Disponible en: http://www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/424/1/images/Comercio_e_inversion_Mexico_Japon.pdf (Consultado el 15 Noviembre del 2010)

mil millones de dólares en 2004 a casi 1.9 mil millones en 2009, sin embargo, en cuestión de valor (millones de dólares) es mayor la cifra de las importaciones que de las exportaciones, lo que se refleja en una balanza comercial deficitaria para México. (Ver Gráfico 1.1)

GRAFICO 1.1
BALANZA COMERCIAL MEXICO JAPON 2004- 2010



Elaboración propia con datos COMCE Noreste, A. C.
http://www.comcenoreste.org.mx/noticias/noticias_detalle.php?idNoticia=55 (Consultado el 20 Mayo del 2011)

La crisis económica de 2009 impactó severamente las ventas de Japón en México. Como se muestra en la Tabla anterior, en 2009 las importaciones mexicanas de esa nación asiática registraron una caída de 30% con respecto al año anterior. En ese mismo periodo las exportaciones de México a Japón resultaron afectadas en menor medida: 22%. En 2010, se registró una recuperación significativa, las importaciones mexicanas de la nación asiática crecieron en 32%, mientras las exportaciones lo hicieron en 19%.

En general, se puede observar que a pesar de que ha incrementado el comercio entre estos dos países, la balanza comercial es deficitaria para México, ya que son mayores las importaciones que las exportaciones.

El déficit de la balanza comercial con Japón había estado disminuyendo desde el 2000. Sin embargo, a partir del 2004 aumentó a medida que la economía mexicana creció junto con la inversión japonesa en México.

Es importante mencionar que parte del déficit observado en la balanza comercial mexicana es causado por la “triangulación comercial”, a través de terceros países como E.U., un mercado que recibe parte de las exportaciones niponas gracias a su Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con México y Canadá, en donde las empresas japonesas establecidas en México importan insumos de Japón, los transforman en bienes terminados y, en la mayoría de los casos, los exportan al mercado de E.U. Este proceso productivo genera inversión en México, lo que se traduce en mayores empleos.

Pero también es una muestra de las oportunidades que México está dejando ir al no aprovechar las oportunidades que le brinda un mercado con un nivel de ingreso muy elevado, sobre todo en el ramo alimenticio, en el cual México posee ventajas competitivas con respecto a Japón y específicamente en productos cuyo cultivo es intensivo en el uso de mano de obra, factor que junto con la tierra son los recursos productivos más escasos de Japón.

Con lo anterior observamos que las relaciones entre México y Japón atraviesan por un momento en el que se han abierto nuevas oportunidades para ampliar significativamente los flujos de comercio e inversión. Sin embargo, los retos en la relación comercial bilateral aún son amplios, y sin duda México tendrá que redoblar esfuerzos en áreas como el desarrollo de infraestructura, energía, fortalecimiento de la industria de soporte, seguridad jurídica, facilitación del comercio, simplificación de las operaciones de comercio exterior y formación de recursos humanos, para tener mejores resultados en el envío de sus productos a territorio japonés.

CAPÍTULO 2: EL PLÁTANO FRESCO Y SU COMERCIO

El plátano es considerado uno de los cultivos más importantes a nivel mundial, ha estado presente a lo largo de diversas civilizaciones convirtiéndose en una fruta básica en la alimentación, además posee ventajas como: su bajo precio, rico sabor y su disponibilidad todo el año. En este capítulo se hablará de sus principales características, así como de los países en donde se produce y se comercializa, con la finalidad de conocer mejor nuestro producto e identificar los países que serían nuestros competidores en el comercio de este producto.

2.1 ESTUDIO TÉCNICO DEL PLÁTANO

Se dice que el plátano tiene su origen en el sudeste asiático (que incluye el norte de la India, Camboya, Sumatra, Java, Filipinas y Taiwán).

El plátano fue llevado a las Islas Canarias por los portugueses en 1402 y se introdujo en el siglo XVI (1516) al continente americano a través de las islas de Santo Domingo y Cuba, pero no fue sino hasta el siglo XIX cuando se inicio el comercio de este cultivo.

A finales del Siglo XIX se establecieron las primeras plantaciones comerciales en Jamaica, extendiéndose en pocos años a muchas regiones de Centroamérica, Sudamérica y África Subtropical constituyendo la base de la alimentación de muchas regiones tropicales.

En México, las primeras plantaciones aparecen en el estado de Tabasco, al término del siglo XIX, logrando excedentes para exportación hasta el año de 1906, sin embargo, la importancia comercial la alcanza a partir de la década de los treinta.²⁶

A modo de síntesis, se observa en la siguiente tabla la cronología de la historia del plátano:

²⁶ La producción de plátano en México, alcances y perspectivas. Disponible en: <http://www.aserca.gob.mx/sicsa/claridades/revistas/058/ca058.pdf#page=1> (Consultado el 03 Septiembre del 2009)

TABLA 2.1 CRONOLOGIA DE LA HISTORIA DEL PLÁTANO	
EPOCA	ACONTECIMIENTOS
Muchos milenios a. C.	<ul style="list-style-type: none"> • Dispersión a través de Malasia del grupo <i>Acuminata</i> • Establecimiento de los grupos <i>poliploides</i> híbridos en India y probablemente en el este de Malasia.
Primer Milenio a. C.	<ul style="list-style-type: none"> • Primeros registros escritos de la platanera (India 600-500 a. C.)
Primer Milenio d. C.	<ul style="list-style-type: none"> • Primer registro en China (200 d. C.) • Introducción en África por medio de viajeros indonesios a través de Madagascar (500 d. C.) • Introducción en el Mediterráneo (650 d. C.) • Dispersión en la polinesia (1000 d. C.)
Segundo milenio d. C.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción en las islas Canarias por medio de los portugueses procedentes de África Occidental (comienzos del siglo XV d.C.) • Introducción al Nuevo Mundo (Santo Domingo) desde las islas Canarias (1516) • Desarrollo del Comercio de Exportación de la platanera. Tímidos inicios desde principios del siglo XIX y rápido desarrollo desde comienzos del Siglo XX.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de: Galan Saucó, Víctor. Los frutales tropicales en los subtropicos II Plátano. p. 12

MORFOLOGÍA

El plátano pertenece al orden **Escitaminales**, familia **Musaceae** y género **Musa**. El primero en utilizar el nombre del género fue G. Clifford en Harlem en el siglo XVIII, aunque poco después Carlos Lineo en la primera edición de su famosa obra "*Species Plantarum*" ratifica el uso de este nombre Musa que tiene dos posibles e hipotéticos orígenes:

- Puede derivar del vocablo árabe "mauz" o "moz" utilizado para el plátano, -no olvidemos que el plátano se cultiva en el Mediterráneo desde el año 659 d. C - o bien.
- Puede haber sido dedicado a Antonios Musa, médico del emperador romano Augusto.²⁷

Según el científico Champion Jean, este género pertenece a la familia **Musaceae**, comprendida en el gran grupo de las **Monocotiledóneas**. Su nombre científico es: **Musa acuminata / Musa cavendishii**.

En el siguiente cuadro, se sitúa la composición del género Musa entre las Monocotiledóneas:

Cuadro 2.1

POSICIÓN DEL GÉNERO MUSA ENTRE LAS MONOCOTILEDÓNEAS

Orden	Familias	Subfamilias	Géneros
Escitamíneas	Musáceas...	Musoideae...	Musa → <small>Musa Cavendishii Musa x Paradisiaca Musa Paradisiaca</small>
			Enseto
		Ranvelana	
		Phenacospermum	
		Strelitzoideae..	Strelitzia
		Heliconoideae..	Heliconia
	Lowiáceas.....		Orchidantha
	Cingiberáceas		
	Amarantáceas		
	Cannáceas		

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de: Galan Saucó, Víctor. Op. Cit. p. 14

²⁷ Galan Saucó, Víctor. Op. Cit. p. 15

La familia de las Musáceas, incluye los plátanos comestibles crudos (*Musa cavendishii*), los bananitos o plátanos enanos (*Musa x paradisiaca*) y los plátanos machos o para cocer (*Musa paradisiaca*). Al plátano macho también se lo conoce como "plátano de guisar o hartón", más grande y menos dulce que el resto de variedades de su misma familia.

La sección *Musa* es la de mayor importancia económica y difusión geográfica, ya que en ella se incluyen los bananos y plátanos comestibles. En esta sección, las especies silvestres *Musa acuminata* y *Musa balbisiana* son las más importantes porque por hibridación y poliploidía dieron origen a los plátanos y bananos cultivados. Los cuales se clasifican modernamente en Grupos que indican la contribución genotípica y el grado de ploidía con que está constituido cada clon o cultivar.²⁸

Por conveniencia se denomina con la letra "A" a las características semejantes a *Musa acuminata* y con "B" a las *Musa balbisiana*. La poliploidía presente en los genomas se presenta con la repetición de letras. El grupo principal es el triploide de *acuminata* (AAA) que contiene los clones comerciales más difundidos.

Por ejemplo, para el clon Gran Enano la referencia correcta es: *Musa* (AAA) Subgrupo "Cavendishii" "Gran Enano". El plátano puede tener diferentes nombres de acuerdo a su variedad, por lo que a continuación se mencionan algunos sinónimos con los que se conoce a las principales variedades de plátano en el mundo:

DATIL	Datil, Dominico, Ciento en Boca, Bocadillo, Sucrier
ROATAN	Roatan, Tabasco, Cuyaco, Gros Michel
MORADO VERDE	Morado Verde, Norteño, Indio, Guayabo, Injerto, Green Red
VALERY	Valery, Robusta
ENANO GIGANTE	Gran Enano, Enano Gigante, Pineo Gigante, Giant Cavendishii
MANZANO	Manzano, Piña, Silo Fig.
SEDA	Seda, Maritu, Tornasol o Rosa de Oro
DOMINICO	Dominico, Hembra, Marqueño, Tipo French Plantain
PERA O CUADRADO	Pera, Cuadrado, Cuatro Filos, Cachaco, Topocho Verde, Bluggoe

²⁸ [Paquete tecnológico para el cultivo del plátano en Colima.](http://www.campocolima.gob.mx/paginaOEIDRUS/PaquetesTecnologicos/PTPlatano.pdf)

<http://www.campocolima.gob.mx/paginaOEIDRUS/PaquetesTecnologicos/PTPlatano.pdf> (Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

De igual forma, dentro del género *Musa* podemos mencionar la siguiente clasificación botánica:

- *Musa cavendish*. Banano comestible.
- *Musa paradisiaca*. Plátano macho de guisar ó hartón más grande y menos dulce que otras variedades. En algunos países tropicales se utiliza para producir harina.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum*. De sabor dulce "banano" ó "Platanera", un triploide estéril con fruto partenocárpico, originados a partir de *M. acuminata* y *M. balbisiana* del sudeste asiático.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Gros Michel*. Variedad con buenas cualidades para la conservación y el transporte, es la que se cultiva para la exportación en los trópicos americanos.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Brier*
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Gran enana*
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Gruesa palmera*
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Johnson negra*
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Pequeña enana*. La más cultivada en las Islas Canarias.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Zelig*. Del grupo enano, Cultivada en Israel.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Lacatan*. Del grupo enano. En la región del Caribe y Suramérica.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Poyo*. Del grupo enano, en Guadalupe.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Grande naine*. Del grupo enano, en Martinica.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Laidar*. Del grupo enano, en Oceanía.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Curraré Rosado*. De extraordinario sabor.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Dominico*. De sabor muy dulce.
- *Musa paradisiaca ssp. sapientum var. Balangon*. La variedad cultivada en Filipinas.²⁹

²⁹ Plátano. Disponible en: <http://articulos.infojardin.com/Frutales/fichas/platano-platanos-banano-bananos.htm> (Consultado el 07 de Noviembre del 2009)

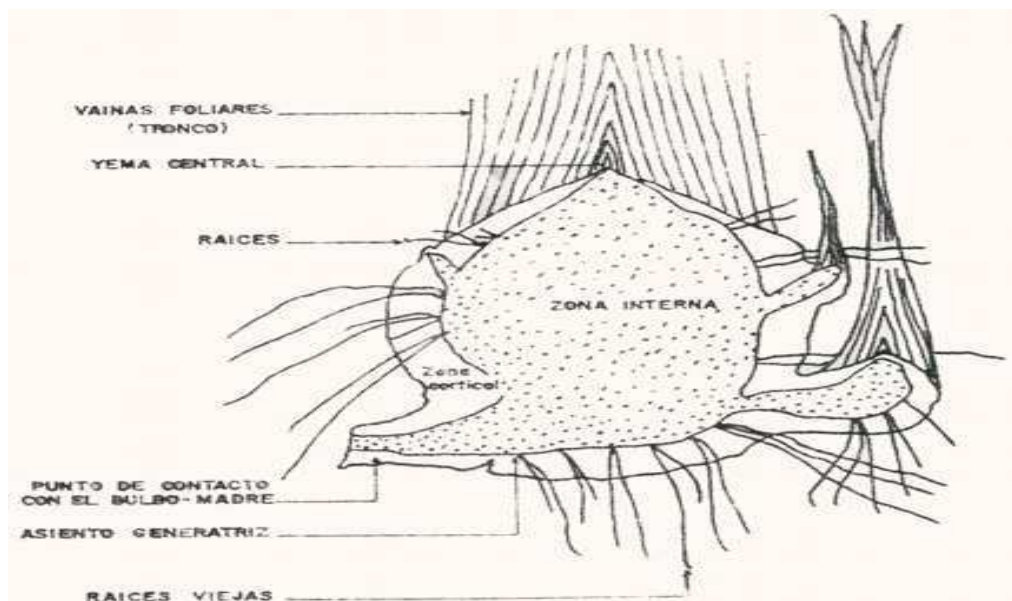
DESCRIPCIÓN GENERAL

Ignacio H. de la Mota en su obra *“El libro del plátano”*, se refiere al fruto como “una baya alargada, de 10 a 15 c. m. de longitud, algo encorvada y de sección aproximadamente triangular; su corteza es lisa, algo correosa, amarilla al exterior en su madurez y fibrosa en su interior, pulpa feculenta azucarada y aromática, comestible sin huesos ni semillas; en ciertos países de América ese fruto o alguna variedad suya se conoce con el nombre de banano”³⁰

El plátano de fruto comestible (los de algunas variedades no lo son, por estar provistos de numerosas y duras pepitas) es una planta *herbácea*, una <<hierba>> gigante.³¹

Esta compuesta de un tallo corto subterráneo denominado **rizoma o bulbo**, el cual emite ramificaciones laterales que brotan del suelo a su alrededor a las que se les denomina retoños. Salen además del bulbo numerosas raíces que conforman finas cabelleras radiculares.

IMAGEN 1: EL TALLO



Fuente: Monografía del plátano. Disponible en:

<http://189.210.14.166/cadenas/file/MONOGRAFIA%20DE%20PLATANO.pdf> (Consultado el 07 de Noviembre del 2009)

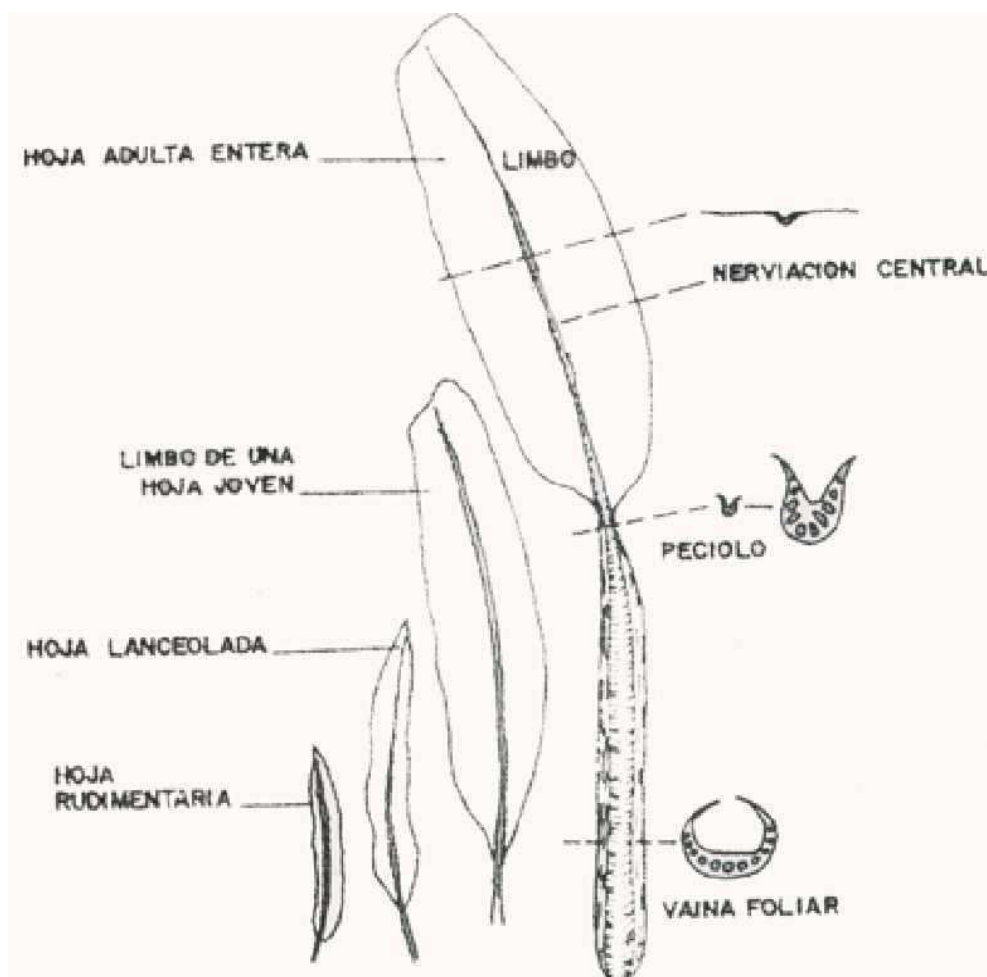
³⁰ Mota Oreja, Ignacio H. de la. El libro del plátano, España, Alianza Editorial, 1992, p. 146

³¹ Ibidem. p. 13

El *meristema Terminal* del tallo produce hojas que poseen una parte basal bien desarrollada a la que llamamos **vaina foliar**. Sucesivamente van apareciendo hojas en forma helicoidal y el conjunto forma lo que con frecuencia recibe el nombre de **tronco del plátano**.³²

Las hojas son muy grandes y dispuestas en forma de espiral, de 2-4 m. de largo y hasta de medio metro de ancho, con un peciolo de 1 m. o más de longitud y limbo elíptico alargado, un poco ondulado y glabro (carente de pilosidad o glándulas). Cuando las hojas son viejas se rompen fácilmente de forma transversal por el azote del viento.

IMAGEN 2: LAS HOJAS

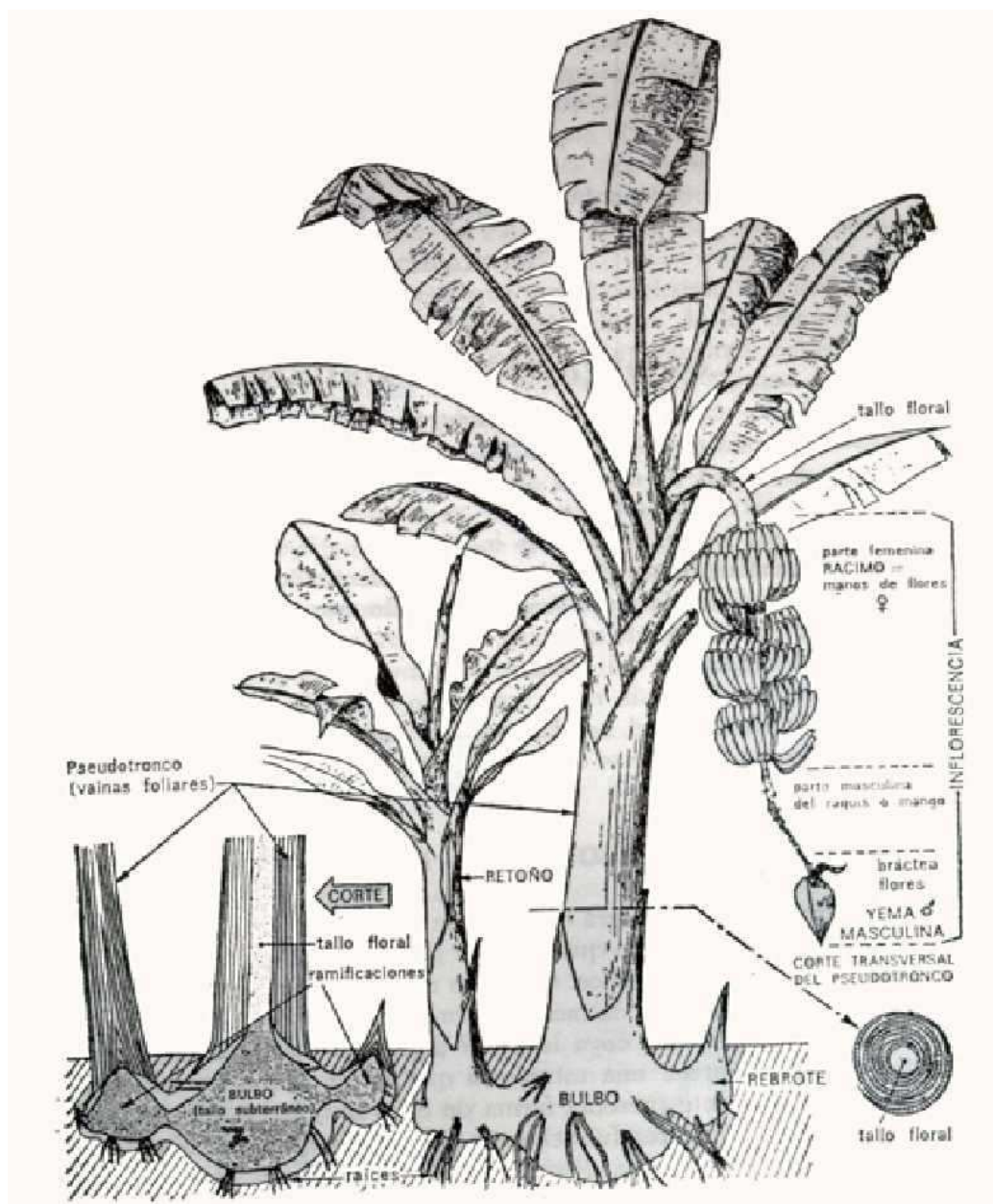


Fuente: <http://189.210.14.166/cadenas/file/MONOGRAFIA%20DE%20PLATANO.pdf> (Consultado el 07 de Noviembre del 2009)

³² *Ibíd.*, p.14

De la corona de hojas sale, durante la floración, un escapo pubescente de 5-6 cm. de diámetro, terminado por un racimo colgante de 1-2 m de largo. Éste lleva una veintena de brácteas ovales alargadas, agudas, de color rojo púrpura, cubiertas de un polvillo blanco harinoso; de las axilas de estas brácteas nacen a su vez las flores.

IMAGEN 3: ÁRBOL DE PLÁTANO



Fuente: <http://189.210.14.166/cadenas/file/MONOGRAFIA%20DE%20PLATANO.pdf> (Consultado el 07 de Noviembre del 2009)

A medida que cada rizoma alcanza la madurez, su yema terminal se convierte en una inflorescencia al ser empujada hacia arriba desde el interior del suelo por el alargamiento del tallo, hasta que emerge arriba del pseudotallo.

Las Flores son amarillentas, irregulares y con seis estambres, de los cuales uno es estéril. El gineceo tiene tres pistilos, con ovario ínfero. El conjunto de la inflorescencia constituye el "régimen" de la platanera. Cada grupo de flores reunidas en cada bráctea forma una reunión de frutos llamada "**mano**", que contiene de 3 a 20 frutos. Un régimen no puede llevar más de 4 manos, excepto en las variedades muy fructíferas, que pueden contar con 12 a 14 manos.

Los plátanos son polimórficos, pudiendo contener de 5 a 20 manos, cada una con 2-20 frutos; siendo de color amarillo verdoso, amarillo, amarillo-rojizo o rojo.³³

El fruto es oblongo; durante el desarrollo del fruto éstos se doblan, según el peso de este, hace que el pedúnculo se doble. Esta reacción determina la forma del racimo.

La mayoría de los frutos de la familia de las Musáceas comestibles son estériles, debido a un complejo de causas, entre otras, a genes específicos de esterilidad femenina, triploidía y cambios estructurales cromosómicos, en distintos grados.

Los plátanos se pueden recolectar todo el año y son más o menos abundantes según la estación. Se cortan cuando han alcanzado su completo desarrollo y cuando empiezan a amarillear.

En cuanto a sus propiedades, la fruta se compone principalmente de agua y carbohidratos y contiene cantidades casi insignificantes de proteínas y grasas. Una porción de 100 g contiene Calorías; 110, Carbohidratos: 29 g, Fibra: 4 g, Azúcares: 21 g, Proteínas 1 g, además es rico en potasio, Vitamina B6 y ácido fólico. La ceniza es relativamente rica en potasio, magnesio, sodio y fósforo, según Von Loesecke (1950), se han identificado también en ella el cobre, el yodo, el magnesio, el zinc y el cobalto.³⁴

³³ Plátano. <http://www.infojardin.com/Frutales/fichas/platano-platanos-banano-bananos.htm> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

³⁴ Simmonds Norman Willison. Los plátanos, España, ED. Blume, 1973, p. 269

VARIETADES DEL PLÁTANO Y SUS DIFERENTES USOS

Existe un gran número de variedades de plátano, cada región tiene sus propias variedades adaptadas a las condiciones climáticas locales. Sin embargo, las variedades introducidas en los trópicos americanos son mucho más limitadas, entre las principales variedades cultivadas de Plátanos se encuentran:

- Cavendish enana, con dos subvariedades, pequeña y gran enana. Es el fruto canario. Origen chino. Color amarillo oro. Pulpa blanda compacta.
- Gros Michel. Color verde amarillo. Resiste bien el transporte.
- Lacatán (*Musa acuminata*). Similar al Gros Michel pero es resistente al mal de Panamá (una fusariosis). El fruto aparece como aplastado por el extremo que no está unido a la "mano".
- Poyo. Variedad tipo enana.
- Dominico.
- Currarré. Dos subvariedades: rosada y enana.
- Otras variedades e híbridos: Zelig, Brier, Gruesa, Balangón.³⁵

En México se encuentran principalmente: Enano Gigante, Valery, Roatan, Dominico Macho y Pera. Siendo el Enano gigante (Cavendish AAA) la principal variedad que ocupa el 75% de la superficie total con plátano seguida por el macho (AAB) con el 14%, el Manzano (AB) 4.5%, Dominico ó Dátil (AA) 2.8%, Pera (ABB) 1.8% y el Valery (AAA) 0.4%.³⁶ Esta información se presenta en el siguiente cuadro.

³⁵ Plátano. <http://www.infojardin.com/Frutales/fichas/platano-platanos-banano-bananos.htm> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

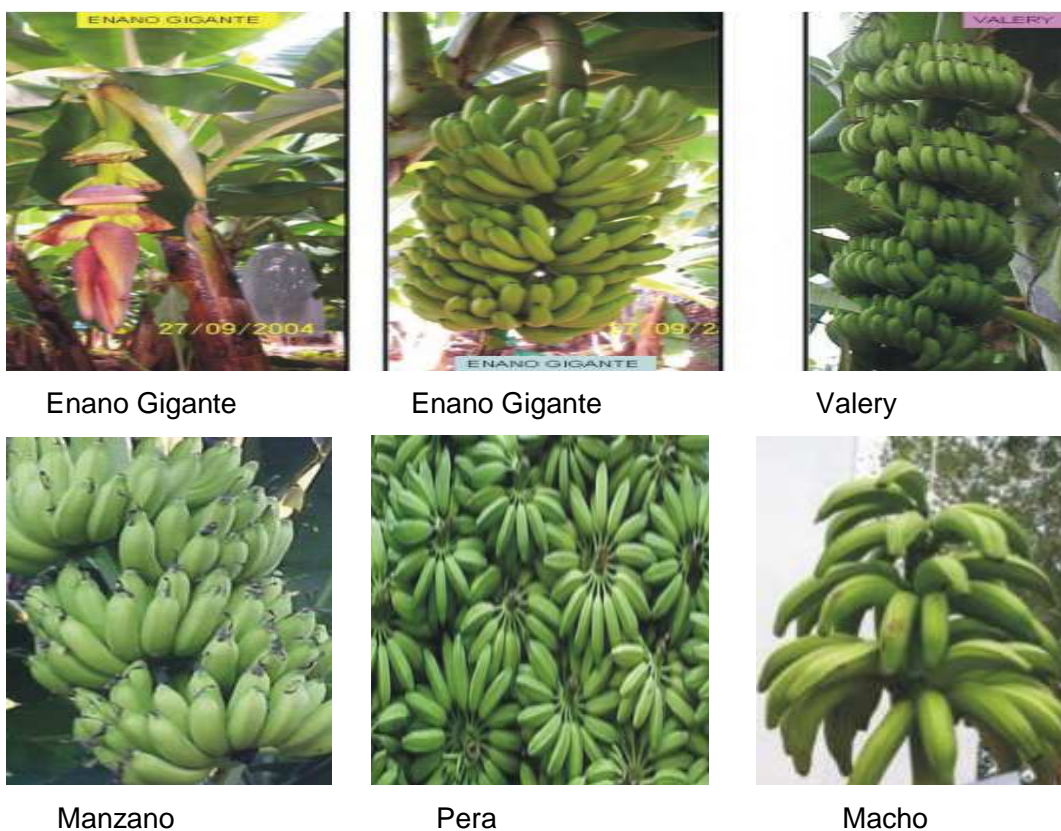
³⁶ Plan Rector del Sistema Producto Plátano. Disponible en. <http://www.amsda.com.mx/PREstatales/Estatales/JALISCO/PREplatano.pdf> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

CUADRO 2.2
PRINCIPALES VARIEDADES DE PLÁTANO EN MÉXICO.

CLON	GRUPO	SUBGRUPO
“ENANO GIGANTE”	AAA	“Cavendish”
“MANZANO”	AAB	
“MACHO”	AAB	“Plantain”
“DATIL O CIENTO EN BOCA”	AA	
“ROMBON/RAMBAO”	AA	“Cavendish”
“ENANO CHAPARRO”	AAA	“Cavendish”
“VALERY”	AAA	“Cavendish”
“MORADO”	AAA	
“DOMINICO”	AAB	“Plantain”
“SEDA”	AAB	

Fuente: <http://www.campocolima.gob.mx/paginaOEIDRUS/PaquetesTecnologicos/PTPlatano.pdf>
(Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

IMAGEN 4: VARIEDADES DE PLÁTANO



Fuente: <http://www.campocolima.gob.mx/paginaOEIDRUS/PaquetesTecnologicos/PTPlatano.pdf>
(Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

Los plátanos son un alimento que por lo regular se come crudo, pero también se pueden comer hervidos, al vapor, en puré y enrollados en bolas como 'foutou', grillados, asados o fritos; en los trópicos se elabora una harina para tortas y galletas y en las Filipinas, el ketchup de plátano es muy popular. En África Central se elabora una cerveza a partir del jugo de la fruta madura que es de gran consumo. Los animales, en especial los cerdos, se crían con el excedente de fruta.

Los plátanos tienen varios usos, entre ellos encontramos medicinales tales como; Ingerir un plátano puede ayudar a la digestión gracias al alto contenido de vitamina A que posee esta fruta y se ha informado que la fruta madura se usa para tratar afecciones como el asma y la bronquitis. Incluso la cáscara es útil como emplasto o vendaje de emergencia para las heridas porque el interior de la cáscara tiene buena reputación como antiséptico y se dice que elimina las verrugas.³⁷

Entre los usos industriales podemos encontrar los siguientes:

- La fibra de las hojas del plátano sirven para fabricar papel fuerte y se usa para los billetes y bolsitas de té.
- El cáñamo de Manila' es la fibra de las hojas de la variedad de plátano 'Abacá' que se usa para fabricar sacos y sogas.
- Las hojas se usan para la preparación y el almacenamiento de alimentos y para techos de paja
- Un pegamento en base a almidón se extrae de los pseudo-tallos para fabricar envases para plátanos.
- La savia del plátano se puede usar como tintura.

Y finalmente del plátano se pueden obtener una diversidad de subproductos industriales tales como: Frituras, mermeladas, confituras, purés, bases, harinas, Licores, Vinagres y jugos, de igual forma se pueden obtener Esencias, vitamina B3, A y Ácido Ascórbico y en algunos casos hasta artesanías.

³⁷ Cultivo de banana o plátano. Disponible en: <http://paraquat.com/spanish/banco-de-conocimientos/producci%C3%B3n-y-protecci%C3%B3n-de-cultivos/cultivo-de-banana-o-pl%C3%A1tano> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

IMAGEN 5: DERIVADOS DEL PLÁTANO



Frituras



Mermeladas



Confituras (bocadillos)



Licor o Crema



Vinagre



Harina



Envoltura para tamales



Artesanías

Fuente: Derivados del fruto del plátano.

http://148.235.138.11/cadenas/guias/guiasPDF/derivados%20del%20fruto%20del%20platanos_798.pdf
(Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

EL CULTIVO DEL PLÁTANO, PLAGAS Y ENFERMEDADES

En lo referente a su cultivo primero que nada debemos de tener en cuenta que exige un clima cálido y una constante humedad en el aire, además de lluvias prolongadas y regularmente distribuidas.

El plátano requiere de temperaturas relativamente altas que varían de 20°C a 30°C con media de 38°C. Temperaturas menores o mayores causan lentitud en el desarrollo y daños a la fruta. Con temperaturas menores a 10°C el crecimiento se detiene, el látex del pericarpio se coagula y toman una pigmentación café claro en las venas subepidérmicas (Acanelamiento) y los frutos no maduran de manera normal.³⁸

Los plátanos se pueden recolectar todo el año y son más o menos abundantes según la estación. Se cortan cuando han alcanzado su completo desarrollo y cuando empiezan a amarillear.

³⁸ Plan Rector de la Cadena Productiva del plátano en el Estado de Colima. 2005. Disponible en : <http://www.campocolima.gob.mx/SISTEMAPRODUCTO/planrector/planrectorPlatano.pdf> (Consultado el 28 de Enero del 2009)

PROPAGACIÓN

La platanera es incapaz de producir semillas viables solo es posible su reproducción y perpetuación a través de medios vegetativos o asexual, por lo tanto, las "semillas" utilizadas para la siembra corresponden a partes vegetativas tales como retoños y cormos o hijos que, una vez separados de la planta madre, pueden realizar su ciclo de crecimiento y producción.

Existen diversos métodos y formas de propagación:

- **Propagación normal por sistema tradicional:** Es el sistema de propagación más antiguo y hace uso de hijos o retoños. Se caracteriza por la escasa o nula aplicación de prácticas culturales básicas, de manera que las plantas se encuentran bajo libre crecimiento, lo que provoca un alto índice de competencia entre ellas. El material de propagación usado en este sistema proviene generalmente de la misma plantación, siendo la eficiencia del mismo baja, existiendo, además, riesgo de diseminación de plagas y enfermedades.³⁹
- **Propagación por división de cormos:** (Un "cormo" es un tallo engrosado subterráneo, de base hinchada y crecimiento vertical que contiene nudos y abultamientos de los que salen yemas. En la parte inferior produce pequeños cormos nuevos que servirán para la reproducción de nuevas plantas). Este sistema puede ser aplicado a cormos procedentes de plantas jóvenes o recién cosechadas. Para su aplicación es necesario ubicar e identificar las yemas presentes en el cormo, lo que hace que el sistema sea altamente eficiente.
- **Propagación por división de brotes:** Se utilizan cormos provenientes de plantas jóvenes o recién cosechadas. El cormo se divide en 4-8 porciones (cada porción debe tener al menos una yema), que son sembradas en canteros, los cuales deberán emitir nuevos brotes. En ese momento, estos brotes son divididos cada uno en cuatro partes, que son tratados y sembrados exactamente como el conjunto del cormo original. En muchos casos, algunos de estos brotes divididos producen meristemas

³⁹ Infoagro. El cultivo del plátano (1ª. parte). Disponible en: http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/platano.htm (Consultado el 13 de Noviembre del 2009)

múltiples, que pueden ser separados y sembrados. A través de este sistema se pueden obtener más de 500 retoños de un solo cormo en un periodo de ocho meses.

- **Propagación por ruptura y eliminación de la yema central:** Consiste en eliminar la yema apical con el fin de "romper" la dominancia apical para inducir la activación de las yemas laterales y producir mayor número de hijos por cormo, tanto en plantas cosechadas como en plantas jóvenes. El número de hijos generados dependerá de varios factores como el tipo de clon, las condiciones fisiológicas de la planta y las condiciones climáticas.
- **Propagación a través del uso de hijuelos o cormitos:** El peso no debe ser menor de 150 g y se recomienda pelarlos antes de la siembra con cuidado de remover solo las raíces y la capa superficial de la corteza para mantener la conformación original del mismo. El momento de llevarlas a campo estará determinado por la presencia de 4 hojas verdaderas y una altura de 20 a 25 cm.
- **Propagación por cultivo in Vitro;** Es sin duda el sistema de propagación más sofisticado existente hoy para muchas especies vegetales, entre ellas el plátano. Las plantas obtenidas a través de esta técnica se establecen usualmente a partir de hijos de espada. La mayor ventaja teórica de esta técnica de propagación es la posibilidad de obtener gran cantidad de plantas uniformes y libres de enfermedades.⁴⁰ Sin embargo, el problema más grave que puede presentar esta técnica, si no se realiza adecuadamente, es la aparición de variantes somaclonales, esto es, presencia de plantas fuera de tipo.
- **Propagación y producción simultánea (PPS):** tiene como funciones básicas la propagación de materiales de musáceas y la producción de frutos simultáneamente. Se basa en el establecimiento de un plantel de plantas madres provenientes de cultivo in vitro, en el manejo de una alta densidad de siembra, donde la mitad de la población es destinada para el establecimiento del cultivo y la otra para la producción de "semillas" y en la inducción de brotes laterales con ablación de la yema central.

⁴⁰ Galan Sauco, Victor. Op. Cit. p. 48

PARTICULARIDADES DEL CULTIVO

Se deben tener en cuenta algunas consideraciones para el buen cultivo del plátano, entre ellas se encuentran la selección y preparación del terreno, el proceso de plantación y algunas labores que se realizan antes de la cosecha, mismas que serán explicadas a continuación.

SELECCIÓN Y PREPARACIÓN DEL TERRENO

En cuanto al suelo, el plátano se cultiva en diversos suelos y climas, pero esto no significa que todos los suelos sean aptos para su explotación, pues el cultivo debe ser rentable y económico.

Este cultivo prospera igualmente en terrenos arcillosos, calizos o silíceos con tal que sean fértiles, permeables, profundos, ricos y bien drenados, especialmente en materias nitrogenadas. Prefiere, sin embargo, los suelos ricos en potasio, arcillo-silíceos, calizos, o los obtenidos por la roturación de los bosques, susceptibles de riego en verano, pero que no retengan agua en invierno. La platanera tiene una gran tolerancia a la acidez del suelo, oscilando el pH entre 4.5-8.⁴¹

Los suelos deben ser planos para facilitar las labores del cultivo y evitar al máximo la erosión, deben ser profundos, ricos en materia orgánica, fértiles y con buen drenaje, dado que los encharcamientos lo afectan e inclusive pueden matar la planta. La selección del terreno es uno de los factores de mayor importancia para el cultivo, debido a que esta relacionado con la calidad de vida útil de la plantación.

Los drenajes deben estar en regiones húmedas, donde la precipitación anual sea alta y los suelos sean planos o ligeramente ondulados. Su objetivo es la evacuación del exceso de agua, que se encuentre bien sea en la superficie del suelo o a mayor profundidad, propiciando así buenas condiciones de aireación o ventilación en la zona.

⁴¹ Plátano, Disponible en: <http://www.infojardin.com/Frutales/fichas/platano-platanos-banano-bananos.htm> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

La profundidad de los canales de drenaje está determinada por las propiedades físicas del suelo y la intensidad y frecuencias de las lluvias, pero en general tienen una profundidad de 1,20 y 1,50 m.

PLANTACIÓN

Después de seleccionar el terreno se procede con la plantación que se lleva a cabo en hoyos de 60 cm. de profundidad a la distancia de 3 a 3,5 m en cuadro, colocando dos plantitas por hoyo, una más pequeña que la otra y ambas desprovistas de hojas. Se llena el hoyo con mantillo y se acumula después tierra hasta unos 10 cm. por encima de la inserción de las raíces. Se deja una reguera alrededor de la planta para que retenga el agua de riego y se extiende también el estiércol sobre la reguera para que la tierra no se deseque.⁴²

En siembras en triángulo y doble surco, se aprovecha mejor el terreno y se obtiene una mayor cantidad de plantas por hectárea. Sin embargo, debido a que se produce mucha humedad, se tiene que dar un mejor manejo de la plantación, sobre todo para el control de enfermedades.

IMAGEN 6: PLANTACIÓN DEL PLÁTANO



Fuente: Particularidades del cultivo. Disponible en:
http://www.campotabasco.gob.mx/sispro_platano/pla_particularidades_cultivo.html (Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

Si se incrementa la densidad de siembra se eleva el rendimiento bruto, aunque disminuye el número de dedos por mano y racimo, hay un menor peso del racimo y más lentitud en

⁴² Plátano. Disponible en:
<http://www.sdr.gob.mx/Contenido/CadenasProductivas/paquetes%20tecnologicos/PLATANO.pdf>
(Consultado el 17 de Diciembre del 2009)

la maduración, por tanto una mayor densidad se debe compensar con una mayor fertilización y un mejor manejo en general. La duración de la plantación es de 6 a 15 años, dependiendo de las condiciones ambientales y de los cuidados del cultivo.

LABORES PRE-COSECHA

Existen algunas prácticas que se realizan antes de la cosecha con la finalidad de obtener mejores resultados, entre ellas encontramos las siguientes:

DESHIJADO:

Se entiende por deshijado la práctica consistente en la eliminación por medios mecánicos o químicos de los sucesores ('hijos') no deseados, para permitir que el (los) elegido(s) continúen la vida de la plantación.⁴³

Esta práctica es de vital importancia, no sólo para mantener la densidad de plantación, sino también porque de ella depende la posibilidad de obtener la producción de forma regular y en el momento deseado.

De acuerdo con la edad fisiológica en que se efectúe y el objetivo que se busque, conviene diferenciar tres tipos:

- *Poda de formación o de Plantilla:* que consiste en la eliminación de plantas improductivas y se efectúa inmediatamente que inicia la brotación.
- *Poda de mantenimiento o deshije de producción:* el cual consiste en mantener un número ideal de plantas en producción. Debe efectuarse periódicamente. Con ella se busca una producción escalonada, pero constante.
- *Deshije de producción de semilla:* que consiste en el entresaque o selección de hijuelos para semilla asexual (nueva plántula) el cual debe hacerse técnicamente para no causar daños a los cultivos comerciales.⁴⁴

⁴³ Galan Sauco, Victor. Op. Cit. p. 62

DESHOJE O DESPUNTE

El deshoje consiste en eliminar las hojas más viejas que se van secando y perdiendo funcionalidad y aquellas que por algún factor externo (vientos, daños mecánicos) se han doblado.⁴⁵

El despunte radica en eliminar las partes de las hojas que se encuentran afectadas por enfermedades. Estudios realizados han mostrado que una planta de plátano durante todo su ciclo de vida requiere de un mínimo de 8 hojas, igualmente se ha encontrado que una planta puede soportar pérdida hasta de un 50%, sin que ello afecte su desarrollo la calidad y peso del racimo.

EMBOLSE Y ENCINTE

El embolsado se debe utilizar para evitar daños causados por las bajas temperaturas. Esta práctica se debe de hacer a partir del mes de agosto, sin embargo, la mayoría de los productores efectúa esta práctica todo el año con la finalidad de darle mayor sanidad a los frutos.⁴⁶

El embolsado se hace con una bolsa de nylon perforada que cubre totalmente el racimo de una longitud de 1.5 a 1.8 metros, esta se amarra por encima de la cicatriz de la primera bráctea o corbata, que se encuentra arriba de la primera mano (20 centímetros). Con esta labor disminuyen los daños por plagas del fruto, tales como trips, además, el microclima que se forma dentro de la bolsa acorta el periodo de fluoración a corte.

El encinte por su parte es una práctica que tiene como objeto homogeneizar la cosecha de la fruta en base a su edad; la bolsa se amarra al raquis del racimo con una cinta plástica de color; se usa el mismo color para todos los racimos embolsados durante la semana y se emplean de 10 a 12 colores diferentes en el año.

⁴⁴ *Plátano*. Disponible en:

<http://www.sdr.gob.mx/Contenido/CadenasProductivas/paquetes%20tecnologicos/PLATANO.pdf>
(Consultado el 17 de Diciembre del 2009)

⁴⁵ Enciclopedia Agropecuaria. Producción Agrícola I, *Plátano*. 2ª. ed. Colombia, Terranova, Marzo 2001, p. 245

⁴⁶ Plan Rector de la Cadena Productiva del plátano en el Estado de Colima. 2005. Disponible en :
<http://www.campocolima.gob.mx/SISTEMAPRODUCTO/planrector/planrectorPlatano.pdf> (Consultado el 28 de Enero del 2009)

El sistema es el siguiente: la fruta marcada en la semana 1 se revisa en la semana 10 y se corta si cumple con el grado requerido; la marcada en la semana 2 se revisa en la semana 11, cortando la que tenga grado de la marcada en las semanas 1 y 2, la marcada en la semana 3 se revisa en la semana 12, se corta la que tenga grado de las semanas 2 y 3, y se “barre” la restante de la marcada en la semana 1 y así sucesivamente, de modo que el corte de los racimos marcados con un mismo color de cinta se completa en tres semanas.

ABONO

Las primeras fases de crecimiento de las plantas son decisivas para el desarrollo futuro, por tanto se recomienda utilizar un fertilizante rico en fósforo en el momento de la siembra.

Cuando no haya sido posible la fertilización inicial, la primera fertilización se hará cuando la planta tenga entre 3 ó 5 semanas. Se recomienda abonar al pie en vez de distribuir el abono por todo el terreno, ya que esta planta extiende poco las raíces.

En condiciones tropicales, los compuestos nitrogenados se lavan rápidamente, por tanto se recomienda fraccionar la aplicación de este elemento a lo largo del ciclo vegetativo.

A los dos meses se recomienda aplicar urea o nitrato amónico y repetir la aplicación a los 3 y 4 meses. Al quinto mes se debe hacer una aplicación de un fertilizante rico en potasio, por ser uno de los elementos más importantes para la fructificación del cultivo.

En plantaciones adultas, se seguirá empleando una fórmula rica en potasio (500 g de sulfato o cloruro potásico), distribuida en el mayor número de aplicaciones anuales, sobre todo en suelos ácidos; se tendrá en cuenta el análisis de suelo para determinar con mayor exactitud las condiciones actuales de fertilidad del mismo y elaborar un adecuado programa de fertilización.

El uso de abono orgánico es adecuado en este cultivo no sólo porque mejora las condiciones físicas del suelo, sino porque también aporta elementos nutritivos. Otro de los aspectos que se debe tener muy en cuenta es el Riego de la planta.

RIEGO

Es imposible el cultivo de la platanera donde no se disponga de agua de riego. Los sistemas de riego más empleados son el riego por goteo y por aspersión. Es conveniente regar apenas hecha la plantación.

En verano las necesidades hídricas alcanzan aproximadamente unos 100 m³ de agua por semana y por hectárea y en otoño la mitad. En enero no se riega y en febrero una sola vez. Los riegos se reducen cuando los frutos están próximos a la madurez.

La platanera sólo puede aprovechar el agua del suelo cuando tiene a su disposición suficiente cantidad de agua, por tanto la cantidad de agua y de aire en el suelo deben estar en cierto equilibrio para obtener un alto rendimiento en el cultivo.

MALAS HIERBAS

En los platanares el control de las malas hierbas resulta un grave problema debido al sistema radical superficial de la platanera, es importante reducir la competencia con las malezas.

El control manual es la forma tradicional de controlar las malas hierbas aunque requiere mucha mano de obra y presenta elevados costos, además presenta el inconveniente de que en climas lluviosos las malezas se recuperan rápidamente.

En la lucha química se utilizan herbicidas de contacto contra gramíneas empleando productos como Paraquat y herbicidas sistémicos como Glisofato. Se puede usar Diquat cuando hay presencia de malezas de hoja ancha. Si hay malezas enredaderas como Ipomeas se utilizará *Ametrima* a dosis de 2.5 Kg. /ha⁴⁷.

⁴⁷ Plátano. <http://www.infojardin.com/Frutales/fichas/platano-platanos-banano-bananos.htm> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

FERTILIZACION

La fertilización debe hacerse con base a un análisis de suelos para cada región y plantación en particular. En plantaciones recién establecidas como en las adultas, la localización del fertilizante debe hacerse entre 40 y 50 centímetros de distancia de la base de la planta.

Los fertilizantes o abonos pueden ser orgánicos como la gallinaza, el lombricompuesto, pulpa de café descompuesta y residuos de cosecha, o químicos como la urea, el cloruro de potasio, la cal agrícola, etc.⁴⁸

COSECHA Y RECOLECCIÓN

La cosecha consiste en cortar los racimos de las plantas madres, ésta operación se efectúa unos días antes de que los frutos se maduren, con el propósito de preservar la calidad. La cosecha se realiza teniendo en cuenta indicadores como son: cambio de coloración de los frutos y la edad, la cual para su diferenciación en campo se utilizan cintas de distintos colores.

Se considera que el racimo del plátano está desarrollado totalmente de los 6 a 90 días después de aparecer la flor.⁴⁹

Los plátanos se recogen con color verde, pero en su grado óptimo de madurez, esto es tan próximos a su madurez fisiológica como lo permita la distancia del mercado a donde deben llegar aún verdes para ser sometidos allí al proceso de maduración que puede ser controlado artificialmente.

La edad de la cosecha varía de acuerdo a la zona de producción y a la variedad utilizada y fluctúa entre 14 y 16 semanas posteriores a la floración.

⁴⁸ *Plátano*. Disponible en: <http://www.sdr.gob.mx/Contenido/CadenasProductivas/paquetes%20tecnologicos/PLATANO.pdf> (Consultado el 17 de Diciembre del 2009)

⁴⁹ Enciclopedia Agropecuaria. Op. Cit. p. 246

La plantita que se colocó sobre el terreno de asiento da únicamente frutos imperfectos y los mejores frutos se obtienen de los vástagos nacidos de su pie, que fructifican a los nueve meses de la plantación.

Como se ha mencionado anteriormente los frutos se pueden recolectar todo el año y son más o menos abundantes según la estación, se cortan cuando han alcanzado su completo desarrollo, cuando empiezan a amarillear y cuando los respectivos ángulos longitudinales han adquirido cierta convexidad.

Pero con frecuencia, y especialmente en invierno, se anticipa la recolección y se dejan madurar los frutos suspendiéndolos en un local cerrado, seco y cálido, conservado en la oscuridad.

Apenas recogido el fruto, se corta la planta por el pie, dejando los vástagos en la base. Éstos fructifican pasados cuatro meses, de modo que en un año se pueden hacer tres recolecciones.

En las plantas jóvenes se dejan solamente dos vástagos para tener regímenes muy cargados de fruto y luego, todos los demás años, se dejan cuatro vástagos como máximo, siempre teniendo en cuenta la fertilidad del suelo.

PLAGAS Y ENFERMEDADES

Por otro lado, el cultivo del plátano al igual que cualquier otro cultivo esta expuesto a diferentes plagas y enfermedades que pueden dañar parcial o completamente la cosecha. Entre las principales plagas que atacan al plátano entre ellas:

THRIPS (*Hercinothrips femoralis*)

Sus características principales son: pico chupador-raspador, alas plumosas y en número de dos pares, de color marrón oscuro. Su tamaño es de 1,5 mm. Las larvas no son voladoras y son de color amarillento translúcido.

Ataca directamente al fruto, produciendo daños que fácilmente se confunden con los de la

araña roja. El daño se inicia en los plátanos con una zona de color plateado, que después pasa a color pardo-cobrizo y termina en color casi negro.

Sus ataques son más frecuentes en la época otoñal, ya que condiciones de humedad del 70 % u 80 % favorecen su desarrollo. Un momento adecuado para combatir esta plaga es el comienzo de la primavera, cuando la población de thrips es baja.⁵⁰ Son recomendables las pulverizaciones dirigidas al racimo, de alguno de los siguientes insecticidas: Clorpirifos 48 %, a 150 cc/Hl., Diazinon 60 %, a 100 cc/Hl., Dimetoato 40 %, a 150 cc/Hl, Fenitrotion 50 %, a 150 cc/Hl.

BARRENADOR DEL TALLO DE PLÁTANO (*Odoiporus longicollis*)

El barrenador del tallo del plátano es una de las plagas más importantes de los plátanos. Los barrenadores adultos son de color negro y miden desde 23 hasta 39 mm., son predominantemente de hábito nocturno, aunque durante los días nublados y meses más fríos pueden volar en el día. A menudo se esconden dentro de los pseudotallos y en los tejidos en descomposición de los pseudotallos cosechados.

Las hembras fecundadas ponen huevos elípticos de color blanco amarillento que miden de 3.14 mm de largo y 1.1 mm de diámetro insertándolos a través de hendiduras cortadas en la capa epidérmica. El período de incubación varía entre 3 y 8 días.

Los síntomas tempranos de la infestación son la presencia de pequeños hoyos del tamaño de la cabeza de un alfiler en el tallo, aparición de despidos fibrosos en las bases de los pecíolos foliares, barrenadores adultos y exudación de una sustancia gomosa por los hoyos en el pseudotallo. Durante las etapas avanzadas de infestación, el tallo, al dividirlo por la mitad, muestra extensos túneles tanto en las vainas foliares como en el tallo verdadero.

COCHINILLA ALGODONOSA (*Dysmicoccus alazon*)

Antiguamente era la plaga más corriente de las plataneras, pudiéndose encontrar

⁵⁰ El cultivo del plátano (2ª. Parte). Disponible en: http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/platano.htm (Consultado el 18 de Diciembre del 2009)

las cochinillas debajo de las vainas foliares en el falso tallo, junto al nervio central de las hojas y entre los dedos del racimo. La cochinilla es de forma ovalada, su cuerpo está segmentado y es de color rosado al quitarle la borra algodonosa que la protege. Normalmente suele salir de sus refugios invernales en primavera, multiplicándose durante el verano y otoño. Los aceites minerales no deben emplearse en la platanera para el control de cochinillas, por el peligro de producir quemaduras.⁵¹

ÁCAROS (*Tetranychus telarius*, *Tetranychus urticae*)

La araña roja suele localizarse en el envés de las hojas a lo largo del nervio central, cerca del racimo, notándose su presencia por unos puntitos de color rojo junto con las telas de araña y los huevos. Después pasan al racimo, causando daños en la fruta con la aparición de zonas de color blanco-plateado, que poco a poco se van haciendo más oscuros.

Un momento adecuado para combatir esta plaga es al comienzo de la primavera, que es cuando los pocos adultos invernantes pasan de las malas hierbas al envés de las hojas de la platanera, y aún no se ha iniciado la puesta del verano. En los primeros tratamientos conviene emplear maquinaria a presión debiendo mojarse bien el envés de todas las hojas, para que aquellos sean efectivos.

TALADRO O TRAZA (*Hieroxestis subcervinella*)

Son orugas barrenadoras, transparentes y de color blanco sucio. La “traza” excava unas galerías hasta las primeras “manos” de los frutos. También se localiza su ataque en la zona de pudrición de la planta “abuela”, una vez que se ha efectuado el corte de la planta después de la recolección. Aquí es donde se localizan las puestas de las mariposas que dan origen a las orugas. También suelen hacer las puestas en la última hoja podrida del “rolo”, y en la parte inferior del racimo (“platanillo”).⁵²

⁵¹ *Ibidem.*

⁵² *Ibidem.*

Esta plaga causa mayores daños en los meses de octubre y noviembre. Un momento adecuado para combatir esta plaga es hacia el final de la primavera, que es cuando la población de adultos empieza a ascender.

En general, y en lo referente a tratamientos fitosanitarios, se debe evitar pulverizar los racimos jóvenes (menores de dos meses), especialmente con líquidos emulsionables, por el riesgo de producir quemaduras.

Para que un tratamiento fitosanitario sea lo más eficaz posible se hace necesario, además de identificar el parásito, conocer su ciclo de vida, para elegir el momento más oportuno de realizar el tratamiento.

BARRENADOR DE LA RAÍZ DEL PLÁTANO (*Cosmopolites sordidus*)

Se considera una de las plagas más serias del plátano en la zona del Caribe, sobre todo en las localidades costeras.

El ataque se manifiesta por un alargamiento de las hojas, por una disminución en el tamaño de los frutos y en general un aspecto enfermizo de la planta. Si éste es severo puede dar lugar a la caída de la planta.

Los barrenadores de la raíz se controlan por medio de aspersiones o espolvoreaciones. El tratamiento debe alcanzar todos los huecos cerca de la base de las hojas viejas y tratar el suelo en un radio de 0.5 m. alrededor de las plantas. Las áreas infectadas se deben tratar por lo menos una vez al año, durante la temporada seca. Los barrenadores de la raíz se pueden controlar por medio de aspersiones o espolvoreaciones.

INSECTOS

El plátano al igual que cualquier otra planta cultivada sufre el ataque de diversos parásitos y esta propenso a diversas enfermedades. Los daños causados por los parásitos pueden afectar el rendimiento e incluso la existencia de la plantación.

Los daños son en general debidos a larvas que se alojan y alimentan a costa de los bulbos y pseudotruncos o en los limbos e inflorescencias; en algunos casos los insectos adultos pueden causar daños con sus puestas.⁵³

Entre los insectos que pueden atacar al plátano están: el gorgojo del plátano, las larvas *Phyllophaga* y *Oryctes*, la langosta migratoria, algunas especies de orugas, principalmente.

NEMÁTODOS (*Pratylenchus*, *Helicotylenchus*, *Meloidogyne*)

Los nemátodos parásitos poseen un estilete, que clavan en el tejido de la planta, para succionar la savia de la que se alimenta.

Se encuentran en una gran variedad de tipos de suelos, pero los cálidos, poco profundos y bien drenados, proporcionan las condiciones más favorables para su desarrollo. Las hembras tienen forma de saco, se fijan a la planta, y al morir dejan en su interior los huevos.

Los daños causados por nemátodos se producen en las raíces, dando lugar a una disminución de la producción. Los daños se manifiestan en las plantaciones por un amarilleo de las hojas, la muerte de las ramas bajas, agallas en las raíces y sobreproducción de raicillas.

ENFERMEDADES

Las enfermedades son los factores más importantes en la producción del plátano en el mundo. Estas son las razones por las cuales los programas de producción y fitomejoramiento fueron creados.

Entre las enfermedades más comunes que atacan el cultivo del plátano encontramos: la Sigatoka Negra, el Mal de Panamá y Enfermedad del Moko.

⁵³ Champion, Jean., El plátano. España, Ed. Blume, 1968, p. 23

SIGATOKA NEGRA (*Mycosphaerella fijiensis*)

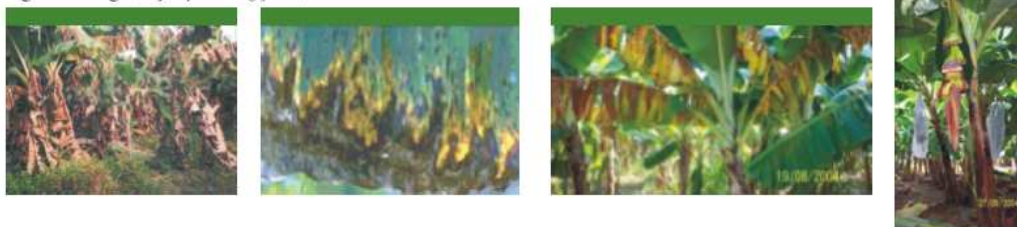
La Sigatoka negra, causada por un hongo llamado *mycosphaerella fijiensis*, es considerada la enfermedad más importante que afecta la producción comercial de plátanos (*Musa spp.*) en la mayoría de las regiones productoras del mundo, disminuye severamente el tamaño de los racimos, acelera la maduración y disminuye la vida útil de la plantación.

Esta enfermedad solo ataca los limbos que, por tratamientos bien definidos pueden quedar protegidos en medida satisfactoria, aunque presenta una sensibilidad para todas las variedades que se cultivan para la exportación.

El control químico es la alternativa más común para combatir la enfermedad. Esto hace necesario investigar otras alternativas de manejo de la enfermedad como lo es el manejo cultural o bien reducir el número de aplicaciones de fungicidas mediante el conocimiento del patógeno.

IMAGEN 7: SIGAKOTA NEGRA

Sigatoka Negra, *Mycosphaerella fijiensis*, Morelet



Fuente: Paquete tecnológico para el cultivo del plátano. <http://seder.col.gob.mx/paquetes/PLATANO.pdf> (Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

LA ENFERMEDAD DEL MAL DE PANAMA

Es una infección generalizada por vía vascular, agente de la cual es el *Fusarium oxysporum var oubense*, que vive y persiste en el suelo largo tiempo. Se trata, en efecto, de una enfermedad de extensión rápida, que ocasiona la muerte de las plantas y dificulta la implantación de nuevos cultivos en el suelo infectado.⁵⁴

⁵⁴ Champion, Jean., Op. Cit. p. 151

Es fácil de apreciar la enfermedad, pues causa síntomas llamativos de amarilleo, seca las hojas y causa muerte de las plantas.

La enfermedad se transmite frecuentemente por “cabezas” o “ñames” de plantas enfermas, con las que se plantan nuevas huertas o se replantan otras en cultivo. Dentro de una parcela, la enfermedad se propaga de una planta a otra por el suelo y a través de las raíces. La vía normal es que el hongo penetre por las raicillas laterales, que están sobre las raíces más viejas, y de éstas pase al rizoma, o bien, el hongo puede penetrar por las raíces muertas o por las raíces heridas, de las cuales pasará al rizoma.

También se puede realizar la propagación con estiércoles infectados por haber sido alimentado el ganado con plantas que contengan restos de plantas enfermas.

Se recomiendan las siguientes prácticas:

- Encalar los terrenos con pH ácidos y bajo contenido en calcio en el momento oportuno y empleando de 1.000 a 2.000 kilos de cal viva por fanegada, como resultado de los análisis de tierra.
- Abonar racionalmente de acuerdo con los resultados de los análisis efectuados, especialmente en hojas.
- En las parcelas donde la enfermedad se ha generalizado, se aconseja cortar la planta enferma y aprovechar los hijos sanos, eligiendo más adelante el mejor de ellos.
- También es aconsejable, aunque no del todo necesario, desinfectar los hoyos donde había plantas enfermas.
- Emplear siempre planta sana en las nuevas plantaciones y en los replantes.
- Debe evitarse el empleo de aguas salinas y plantar en suelos salinos, arcillosos, con mal drenaje, mala permeabilidad y poco profundos.⁵⁵

ENFERMEDAD DEL MOKO (BACTERIAL WILT)

Es una infección conocida desde hace mucho tiempo y bastante extendida, que se desarrolla igualmente sobre otras plantas atacando a diversos clones del plátano. Los

⁵⁵ Particularidades del cultivo. Disponible en: http://www.campotabasco.gob.mx/sispro_platano/pla_particularidades_cultivo.html (Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

frutos infectados con esta enfermedad tienen la pulpa podrida y los tejidos vasculares del mismo decolorados.

La enfermedad puede existir en un suelo que muy anteriormente estuvo infectado por otras especies vegetales sensibles, pero las más de las veces, es propagada por algunos bulbos enfermos en el momento de las implantaciones. Se extiende como una mancha por las raíces, pero sobre todo en sentido longitudinal debido a los trabajos de poda, en los que el machete utilizado sirve de vehículo de la infección.⁵⁶

Esta enfermedad se distribuye en la plantación por las herramientas de trabajo de fenol al 15%, se recomienda la pulverización de aceites minerales después del corte de los rizomas expuestos.

IMAGEN 8: ENFERMEDAD DEL MOKO



Fuente: Agentes causales e enfermedades de Plátano. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/7472884/Enfermedades-en-Platano> (Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

OTRAS ENFERMEDADES FUNGICAS

En el bulbo, se localizan diversos ataques de hongos, algunos de los cuales proceden de las podreduras de las raíces que quedan después de la roturación de los bosques, entre ellos:

⁵⁶ Champion, Jean., Op. Cit. p. 163

- *Cordana Musae*, considerado como un parásito secundario que aparece en las quemaduras o después de algún otro hongo.
- *Deightonella torulosa*, causa pequeñas manchas negras en los limbos y sus daños son de poca importancia.
- *Falso Mosaico*, el ataque de esta enfermedad puede ser lo bastante fuerte como para no dejar más que 3 o 4 hojas sanas, y se puede decir, que es una enfermedad de temporada.
- *Ahongado del plátano o "punta de cigarro"* (por el hongo *Verticillium* o *Stachyldium theobromae*, que produce una necrosis en la punta de los plátanos que se asemeja a la ceniza de un puro). El desarrollo de la enfermedad se favorece por un drenaje deficiente, un marco muy estrecho de plantación y un inadecuado control de las malas hierbas. Para su control se recomiendan pulverizaciones con compuestos de cobre, Zineb, o Maneb, a la dosis de 300 g/Hl de agua, o de Benomilo 50 % a la dosis de 80 g/Hl.

Como podemos observar existen una serie de enfermedades que pueden atacar el cultivo del plátano, por lo cual el tener conocimiento de estas enfermedades y actuar a tiempo ayudarán al productor a tener una recolección sin problemas. El combate a las enfermedades del cultivo es muy importante para que se pueda tener la calidad exigida en el producto, por lo que ahora respecta mencionaremos las principales características que debe tener el plátano destinado a la exportación.

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL PLÁTANO DE EXPORTACIÓN

Entre las principales características del plátano para exportación podemos considerar las siguientes:

- Deben estar enteros, duros con la forma característica de la variedad.
- Secos, limpios, sin manchas ni grietas.
- Sin rayas profundas, ni ataques de plagas o enfermedades.
- Sin principios de pudrición, magulladuras, heridas no cicatrizadas o cuellos rotos.
- El plátano se puede comercializar verde, pintón ó maduro, en manos, dedos o racimos.
- Cada plátano (dedo) de exportación debe medir entre 22 y 30 cm de largo, y 2 a 5 cm de ancho;

- Su peso debe oscilar entre 300 y 400 g.
- Una mano debe tener un mínimo de 4 dedos.
- Un racimo pesa alrededor de 19 kg
- Se deben colocar aproximadamente de 2 a 3 racimos por caja

Las características de los diferentes Grados de Calidad de Plátanos se mencionan a continuación;

Calidad	Longitud	Dorsal	Peso en gramos
Especial	31 cm. o más		368.55 o más
Primera	20 cm. a 30.99 cm		198.45 g a 368.3 g.
Segunda	15 cm. a 19.90 cm		141.75 g a 198.2 g. ⁵⁷

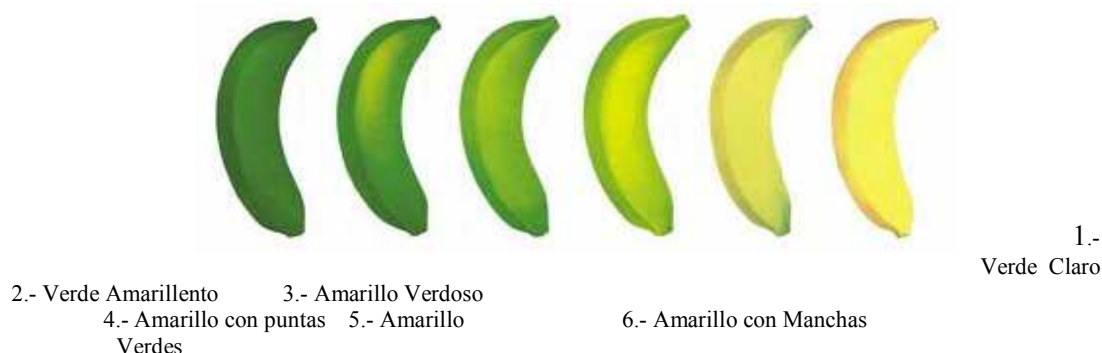
El producto para la exportación debe ser cuidadosamente seleccionado, entendiéndose que los racimos (cabezas de plátano y gajos) se separarán en dedos (unidades), clasificándose por su forma y tamaño, descartándose los que presentan defectos, daños y enfermedades como la antracnosis y cuello negro.

Se debe garantizar la no existencia de dedos dobles, mutilados, maduros con puntas negras o plátanos podridos. El tamaño para exportación será correspondiente a la Calidad Especial, y en menor grado la Calidad Primera, cuya aceptación de esta última, estará condicionada al acuerdo que lleguen las partes en las negociaciones para la exportación.

Los plátanos cosechados para la exportación y transportados por vía marítima a sus mercados de importación deben ser cortados en el grado 3/4 verde claro, y su cosecha se debe realizar como máximo un día antes de su exportación. (Ver imagen 9)

⁵⁷ Plátano. Disponible en : http://www.vicomex.gob.pa/p_platano.html (Consultado el 26 de Enero del 2011)

IMAGEN 9
CLASIFICACIÓN DEL BANANO DE ACUERDO AL COLOR EXTERNO (GRADO DE MADUREZ)



Fuente: http://www.normich.com.mx/archivos/OC/mcs/PLIEGOS%20DE%20CONDICIONES%2012/PC_025_2005_Banano_cavendish.pdf (Consultado el 26 de Enero del 2011)

Aquellos plátanos cosechados mas allá del grado 3/4 verde claro no serán aptos para la exportación vía marítima. La madurez del plátano puede ser juzgada por la angularidad de los dedos, muy parecido a la manera que se hace para el banano. La frutas en grado 3/4 verde claro muestran mayor angularidad, con bordes significativamente perceptibles, que en la medida que el fruto madura los dedos se hacen menos angulares y mas redondos.

En el método tradicional, los racimos se almacenaban a oscuras en vehículos y se transportaban directamente hasta los puntos de embarque para el transporte de larga distancia, lo que ocasionaba grandes pérdidas por daños. Hoy se acostumbra transportarlas suspendidas, en vehículos acondicionados especialmente, para evitarlo. Los racimos deben cubrirse para evitar que la luz induzca la maduración antes de tiempo. En los puntos de almacenamiento y en los vehículos, cuando se las apoya, se utiliza una mezcla de restos de hojas y capas de papel ordinario para protegerlas y absorber el látex que mana del corte en la parte superior del tallo y de los estilos florales al caer; puede utilizarse como alternativa una vaina de plástico o polivinilo, que son embargo provoca un incremento en el drenaje de látex y mancha la superficie exterior de la fruta, disminuyendo su valor comercial. La protección se completa con colchones de hojas frescas y otros restos de la poda de los pseudotallos.

Antes del embalaje para el transporte de larga distancia, los racimos se lavan en tanques con una solución de hidrociorato de sodio para eliminar los restos de látex y mejorar su presentación; a veces, después del lavado, se aplica fungicida en la superficie cortada

para evitar la podredumbre del fruto. Los racimos manchados o dañados después del lavado se destinan al consumo local.

Se deben tener en cuenta estas consideraciones para cumplir con la calidad exigida en el mercado de destino.

2.3 COMERCIO INTERNACIONAL DEL PLÁTANO

Después de conocer las características de nuestro producto es recomendable saber como y donde se comercializa. Tenemos que el plátano es un fruto que se produce principalmente en los países en vías de desarrollo, se comercializa en fresco y, en menor escala, deshidratado y en harina, es uno de los productos más vendidos en el mercado nacional e internacional ya que es un producto muy rentable.

En el ámbito internacional, por las características de las formas de producción y de negociación, se pueden diferenciar dos grupos:

- *Grupo "Zona Dólar"*: conocido con este nombre debido a que tradicionalmente están bajo la influencia del dólar estadounidense, además de que el crecimiento de sus industrias bananeras fue usualmente asociado con las compañías multinacionales. Conformado por Ecuador, Costa Rica, Colombia, Guatemala, Honduras, Panamá, Brasil (se reintegró en el comercio internacional a fines de los 90), México, Nicaragua, Venezuela y Perú (con entrada al mercado bananero a partir del 2002).
- *Grupo ACP*: Conformado por países de África, Caribe y Pacífico que firmaron la Convención de Lomé con la Unión Europea en 1975, que fue un acuerdo de comercio y ayuda, con 48 de sus ex-colonias; que permitían el acceso libre de impuestos para una variedad de productos. Originariamente, los 12 países 'tradicionales' ACP eran: Costa de Marfil, Camerún, Santa Lucía, Jamaica, Belice, San Vicente Granadinas, Dominica, Surinam, Granada, Somalia, Cabo Verde y Madagascar. Los últimos tres países africanos dejaron de exportar bananos a la UE durante los años 90. Recientemente, República Dominicana se unió a ACP y Ghana comenzó a exportar bananos por primera vez.⁵⁸

⁵⁸ Falcones Saldaña, Myriam Solange y Vanessa Cecilia Viteri Guamán. Triangulación de Operaciones en empresas Multinacionales Bananeras del Ecuador. Disponible en: <http://www.dspace.espol.edu.ec/.../TESIS%20TRIANGULACIÓN%20DE%20OPERACIONES%20-%20ICHE...> (Consultado el 26 de Enero del 2009)

Pese a que Estados Unidos y la Unión Europea son los principales países demandantes de este producto, podemos mencionar que dentro del comercio internacional de plátano se distinguen 3 grandes flujos:

- Centro y sur América, hacia Estados Unidos y secundariamente hacia Europa y Japón;
- Filipinas hacia Japón y secundariamente hacia el Cercano Oriente; y
- África y el Caribe hacia Europa y el Cercano Oriente.

Como es bien sabido, el comercio internacional de plátano lo realizan países con tradición exportadora tales como; Colombia y Ecuador, principalmente, países que aprovechan la infraestructura y logística desarrolladas para esa fruta.

En cuanto a las principales variedades que se exportan encontramos principalmente bananos del tipo Cavendish, esta variedad sustituyó al Gros Michel en el comercio internacional debido a su resistencia a la enfermedad del mal de Panamá y a su mayor productividad (hasta 60 toneladas por hectárea en plantaciones modernas). Los bananos Cavendish destinados a los mercados de exportación se producen hoy día en todo el mundo, tanto en pequeñas como en grandes plantaciones de miles de hectáreas.

Cabe destacar que el 81% de las exportaciones mundiales del plátano está controlado por las trasnacionales Dole Foods (USA), Chiquita Brands (USA), Fresh del Monte (Chile), Noboa (Ecuador) y Fyffes (Irlanda).⁵⁹

2.3.1 PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES DE PLÁTANO

En lo que se refiere a los principales países productores de plátano encontramos a los países tropicales y caribeños de Sudamérica y en menor proporción, a los del sudeste asiático, estos producen el grueso de los plátanos que entran en el comercio internacional, aunque cualquier región del mundo que posea un clima cálido y húmedo es adecuada para cultivar esta planta.

⁵⁹ Plan Rector de la Cadena Productiva del plátano en el Estado de Colima. 2005. Disponible en : <http://www.campocolima.gob.mx/SISTEMAPRODUCTO/planrector/planrectorPlatano.pdf> (Consultado el 28 de Enero del 2009)

Dentro de los principales países productores de plátano, según estimaciones de la FAO para el 2010, encontramos a: Uganda, Ghana, Colombia, Rwanda y Nigeria Ver. Tabla 2.2 y Grafico 2.1

TABLA 2.2
PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE PLÁTANO EN EL MUNDO 2010

	Región	Producción (1000\$ Int)	Símbolo	Producción (T)	Símbolo
1	Uganda	1478755	*	9550000	F
2	Ghana	730392	*	3537730	
3	Colombia	522644	*	2815050	
4	Rwanda	567584	*	2749150	
5	Nigeria	564311	*	2733300	Im
6	Camerún	537637	*	2604100	
7	México	592371	*	2103362	~
8	Perú	414419	*	2007280	
9	Côte d'Ivoire	330332	*	1600000	F
10	República Democrática del Congo	258072	*	1250000	F
11	Kenya	163425	*	791570	*
12	Myanmar	162090	*	785100	Im
13	República Unida de Tanzania	133537	*	660000	F
14	Sri Lanka	118180	*	572420	
15	Ecuador	96043	*	547291	
16	República Dominicana	101475	*	491509	
17	Cuba	97288	*	485800	
18	Venezuela (República Bolivariana de)	94619	*	477800	Im
19	Bolivia (Estado Plurinacional de)	89129	*	464200	Im
20	Guinea	95321	*	461700	Im
21	Malawi	67078	*	324900	Im

* : Cifras no oficiales []: Datos oficiales F : Estimación FAO

Im: Datos de FAO basados en una metodología de imputación. Elaboración propia

Fuente: Disponible en: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx> (Consultado el 20 de Enero del 2012)

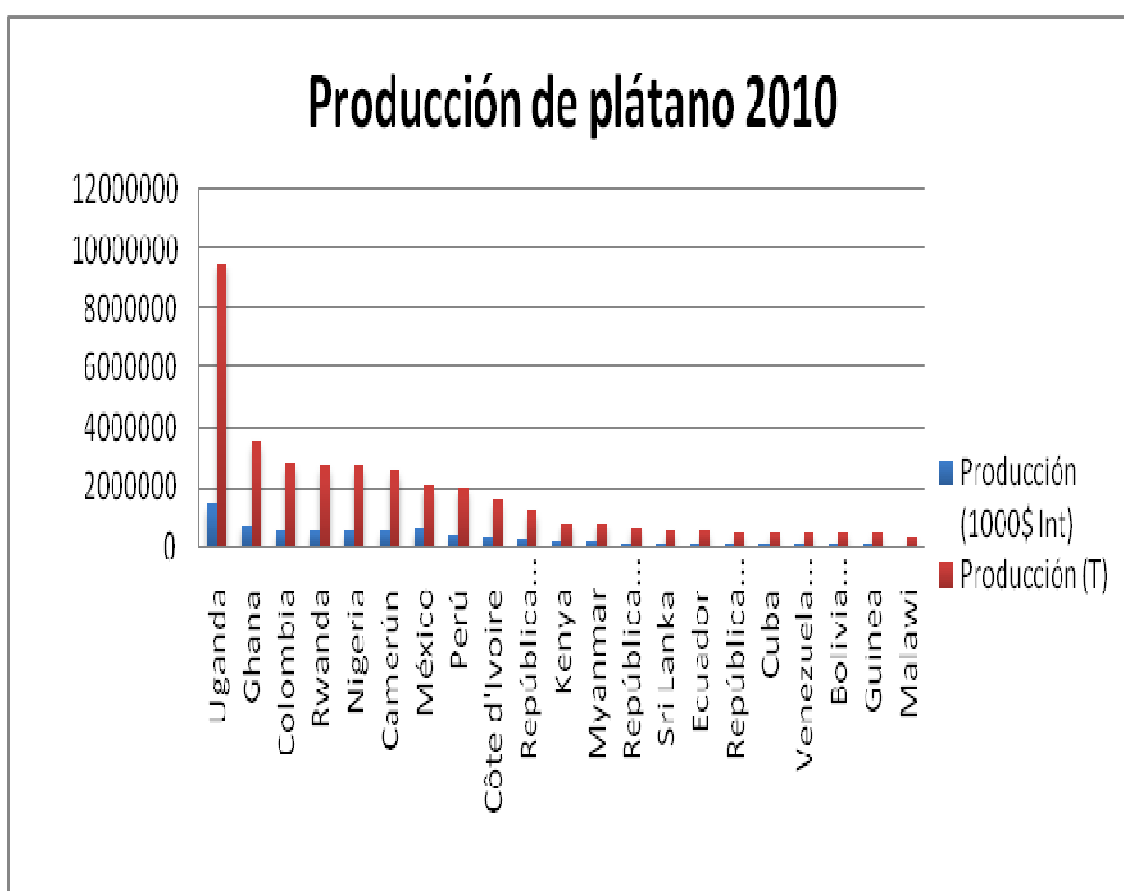
~ Datos estimados de SIAP –SAGARPA-SE Disponible en: <http://fundacionproducegro.org.mx/wp-content/uploads/2012/05/12-P1%C3%A1tano.pdf> (Consultado el 19 de Febrero del 2013)

La columna Producción (1000\$ Int) se refiere al valor total del producto en cada país en miles de dólares internacionales y la columna Producción (1000 T) a la cantidad de

producción en toneladas, por lo que podemos observar en la tabla y en la gráfica que Uganda fue sin duda el mayor productor de plátano en África y en el mundo en el año 2010, seguido por Ghana y Colombia.

En Latinoamérica se produce cerca del 23% de la oferta mundial de plátano y son Colombia, Perú y Ecuador los principales productores de este continente, y por la producción que tiene México también figura dentro de esta lista.

GRÁFICO 2.1
PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE PLÁTANO 2010



Fuente: Elaboración propia FOASFAT. Disponible en: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx> (Consultado el 20 de Enero del 2012)

Es importante mencionar que la mayor parte de la producción mundial de plátano está destinada a suplir el consumo interno de los países productores y tan solo una pequeña parte es comercializada en los mercados internacionales.

2.3.2 PAÍSES IMPORTADORES DE PLÁTANO

Las importaciones mundiales de plátano fresco están representadas en gran parte por los países desarrollados, en donde encontramos que Estados Unidos y la Unión Europea, son los principales mercados demandantes de este producto. Estados Unidos importa plátano para abastecer la demanda de sus comunidades latinas, y en menor proporción africanas, y la Unión Europea, que a pesar que durante muchos años aplico una política proteccionista es considerado uno de los más demandantes para la importación de este producto. En la siguiente tabla se muestra el comportamiento de los principales países importadores de plátano en el periodo (2006-2010)

TABLA 2.3
PAISES IMPORTADORES DE PLÁTANO EN EL MUNDO (2006-2010)

Importadores	valor importada en 2006	valor importada en 2007	valor importada en 2008	valor importada en 2009	valor importada en 2010
Mundo			12.236.157	11.873.333	11.375.492
Estados Unidos de América	1.471.337	1.525.385	1.685.384	1.898.516	2.126.108
Bélgica	1.319.784	1.494.395	1.946.318	1.623.742	1.576.365
Alemania	871.664	1.034.239	1.095.048	1.024.541	875.799
Japón	564.562	584.475	825.843	1.012.704	844.749
Reino Unido	607.659	729.159	724.967	734.032	756.791
Federación de Rusia	481.237	584.671	670.499	630.447	704.129
Italia	416.4	481.193	567.266	560.679	497.373
Francia	289.484	374.045	494.914	452.042	427.873
Canadá	223.099	237.548	313.918	335.559	354.614
China	116.248	111.226	138.549	179.016	246.721
Holanda	205.932	162.781	180.722	165.1	213.198
República de Corea	144.695	170.659	154.033	163.725	210.269
Polonia	167.002	195.709	231.882	191.356	199.133
Suecia	192.711	196.071	206.024	192.089	180.012
Ucrania	73.537	84.775	139.259	135.169	154.98
República Checa	91.182	98.698	124.253	118.706	132.894
Austria	118.162	105.84	137.048	132.283	126.886
España	104.067	129.601	173.216	170.79	120.433
Portugal	91.106	109.739	123.843	114.169	101.275
Suiza	84.823	93.607	104.499	101.494	101.205
Grecia	75.984	100.797	125.763	124.198	99.014
Turquía	75.22	100.749	104.829	84.358	95.349

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE.

Disponible en: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx (Consultado el 05 de Mayo del 2011)

Podemos observar que las importaciones de Estados Unidos han ido aumentando año tras año colocando en el primer país importador de este producto, seguido por Bélgica y Alemania, los cuales tuvieron un ligero descenso en sus importaciones en los años 2009 y 2010 en comparación con el volumen importado en el 2008.

Así mismo Japón (nuestro mercado meta) figura entre los 10 principales países importadores de éste producto, ocupando el cuarto lugar dentro de esta lista con una participación del 8.6% aprox., y aunque tuvo un ligero descenso en el 2010, es considerado uno de los principales países con alta demanda de este producto.

2.3.3. PAÍSES EXPORTADORES DE PLÁTANO

En cuanto a las exportaciones mundiales de plátano han estado encabezadas durante muchos años por Ecuador, siendo sus principales destinos; Estados Unidos en primer lugar, Europa y Asia en segundo.

Las exportaciones de América Latina en general, tienen como destino principal mercados tradicionales de Europa (Unión Europea con el 34%), Norte América (31%) y Japón (9%), y no tradicionales, pero con tendencia al incremento de consumo, Rusia (7%), Medio Oriente (5%), países del Cono Sur (5%) y China (3%). Considerándose este último, como un caso muy particular, debido que, aun cuando es un país productor de banana, debe recurrir a las importaciones de las mismas para compensar la demanda interna. (FAO 2006).⁶⁰

Para el 2010 Ecuador fue el líder con alrededor del 26.14% del total de toneladas que se exportaron anualmente en el mundo, le siguió en importancia Costa Rica, Colombia y Filipinas. México figura dentro de los países exportadores ocupando el 16vo. lugar de esta lista con una participación del 1.0% aprox. (ver Tabla 2.4 y Gráfico 2.2)

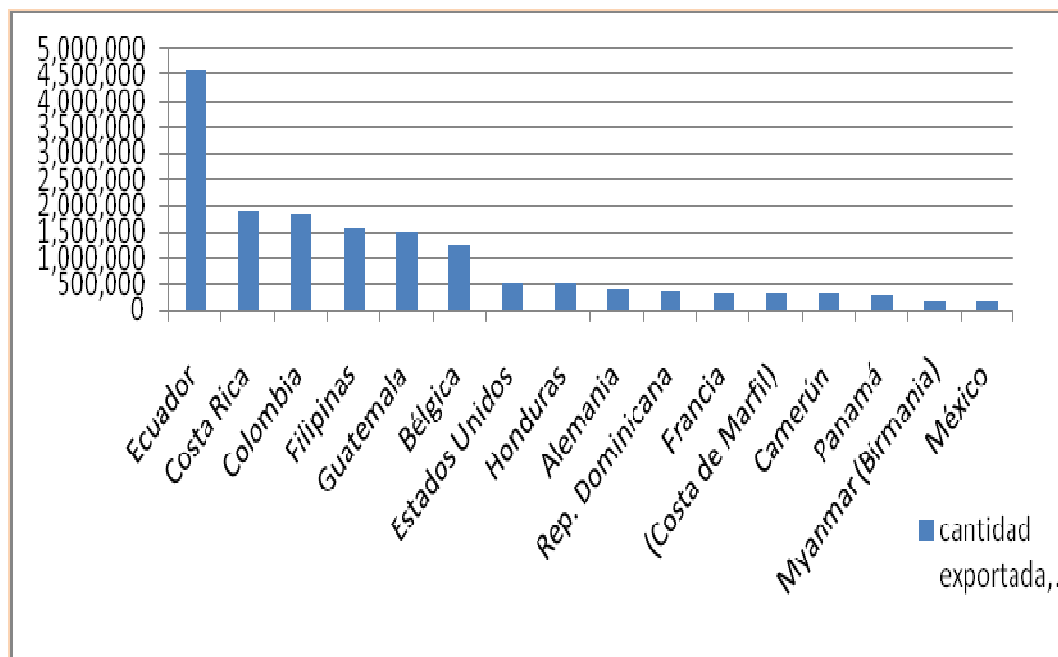
⁶⁰ Falcones Saldaña, Myriam Solange y Vanessa Cecilia Viteri Guamán. Triangulación de Operaciones en empresas Multinacionales Bananeras del Ecuador. Disponible en: <http://www.dspace.espol.edu.ec/.../TESIS%20TRIANGULACIÓN%20DE%20OPERACIONES%20-%20ICHE...> (Consultado el 26 de Enero del 2009)

TABLA 2.4
PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PLATANO 2006-2010

Exportadores	2006	2007	2008	2009	2010
	<u>cantidad exportada.</u> Tons	<u>cantidad exportada.</u> Tons	<u>cantidad exportada.</u> Tons	<u>cantidad exportada.</u> Tons	<u>cantidad exportada.</u> Tons
Mundo	17.755.197	18.947.801	22.313.953	18.569.127	17.570.025
Ecuador	4.958.301	5.286.874	5.357.533	5.727.243	4.593.099
Costa Rica	2.195.584	2.302.967	2.070.868	1.242.200	1.915.691
Colombia	1.697.411	1.749.243	1.798.283	2.101.837	1.802.581
Filipinas	2.311.592	2.218.202	2.192.630	1.743.898	1.588.719
Guatemala	1.140.581	1.537.064	1.517.114	1.581.811	1.497.771
Bélgica	1.095.881	1.188.058	1.351.646	1.272.772	1.268.147
Estados Unidos de América	444.307	459.521	774.883	538.374	503.489
Honduras	516.156	570.096	607.418	519.682	497.751
Alemania	429.446	421.129	439.444	391.424	384.756
República Dominicana	210.287	215.849	202.852	287.199	351.358
Francia	173.233	155.677	212.045	236.87	322.747
Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	286.397	290.757	264.344	257.042	312.487
Camerún	256.625	293.862	379.586	329.141	308.440
Panamá	471.63	474.594	396.236	277.978	295.270
Myanmar (Birmania)			4.398	94.308	176.992
México	66.599	41.581	88.004	161.028	176.152
Países Bajos (Holanda)	144.683	127.554	121.396	173.902	157.515
Brasil	194.349	185.721	130.888	143.872	139.553
Suriname	56.091	69.038	91.728	94.52	93.123
Perú	57.15	65.518	78.18	83.34	89.436
Belice	72.698	61.129	175.137	82.752	81.758
Bolivia	76.235	79.466	85.889	85.68	79.447
Ghana	57.538	12.971	4.543	63.195	71.051
Italia	133.051	121.538	114.964	106.877	70.967

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE. Elaboración propia con datos de; Trade Map. Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Disponible en: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx (Consultado el 05 de Mayo del. 2011)

GRÁFICO 2.2
PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PLÁTANO 2010



Fuente: Elaboración propia con datos de; Trade Map. Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Disponible en: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx (Consultado el 05 de Mayo del 2011)

Se puede observar que los países exportadores no son necesariamente los principales países productores de plátano, salvo el caso de Colombia que se encuentra dentro de los principales productores y exportadores de este producto, esto se debe a que la mayoría de la producción de plátano es destinada para consumo interno, además de que algunos países no cuentan con el apoyo e infraestructura necesaria para destinar parte de su producción a la exportación.

En cuanto a la actividad de exportación ha sido impulsada, facilitada, y en cierta medida controlada, como se menciono anteriormente, por empresas trasnacionales como *United Brands (United Fruit Company.)*, conocida como *Chiquita*; *Castie & Cook (Standard Fruit Company.)* con la marca *Dole*, *Del Monte*, y *Fyffes Plc*. Sin embargo, durante los últimos años, estas empresas se han venido retirando de la producción agrícola por razones políticas y económicas, para dedicarse cada vez más, a la comercialización e industrialización del producto.

2.3.4 MÉXICO PAÍS PRODUCTOR Y EXPORTADOR DE PLÁTANO

En México el término “Plátano” es utilizado tanto para los bananos como para los plátanos; en otros países esta separación de nomenclatura se basa en la forma de consumirse, los plátanos son los que se consumen como fruta cruda o fresco y los bananos son los que se consumen cocinados por la razón de que tienen más harina, este producto se cosecha durante todo el año, lo cual es una ventaja para su comercio.

México fue alguna vez el productor más importante del mundo de banano y el exportador más relevante del mercado. Logró colocar un 25% del volumen comercializado en el mercado mundial.

Este período de auge (1932-1938) se interrumpió con el proceso de reparto agrario y no volveríamos al mercado mundial sino muchas décadas después. Esta referencia permite ubicar lo que fue la economía del plátano (banano) que junto con el café constituyeron el eje principal de aprovisionamiento de divisas del país.

En nuestro país se cultivan una amplia gama de variedades entre los que destacan; Plátano tabasco o roatan (enano-gigante), valery, manzano, dominico, macho, blanco y morado, siendo el tabasco, dominico y macho los que satisfacen el mercado externo y las variedades restantes cubren exclusivamente el consumo interno.⁶¹

Aunque se cultiva en cerca de 18 entidades, sólo algunas regiones son las que se han destacado como principales abastecedoras del mercado nacional y de exportación. Entre ellas la zona Sur de Chiapas y la Sur de Tabasco. El mejoramiento en las técnicas de producción así como el manejo post-cosecha en estas regiones, han permitido que el producto mexicano incursione en el mercado internacional.⁶²

Las exportaciones de plátano mexicano son en su mayor parte al mercado de los Estados Unidos, dichas exportaciones mostraron una tendencia a la baja a partir de la década de

⁶¹ Barreira Perera, Mario. La Producción de Plátano en México, alcances y perspectivas. Revista Claridades Agropecuarias. <http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/revistas/058/ca058.pdf#page=1> (Consultado el 20 Enero del 2010)

⁶² Brief de mercado Plátano. Disponible en: <http://www.economiachiapas.gob.mx/cicv/PDF/PL%C3%81TANO.pdf> (Consultado el 20 de Enero del 2010)

los noventa, por esta razón se ha buscado diversificar los mercados de exportación, entre ellos a la Unión Europea y a Japón, países que se encuentran entre los principales importadores de este producto. En 2009 el plátano representó el 1.41% del valor total del PIB agrícola en el país con un valor de la producción de 4,514.29 mdp.⁶³

Estadísticas del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de la SAGARPA registran que de enero a octubre de 2009 las exportaciones de plátano fresco crecieron un 92.3 por ciento, con un valor comercial de 66 millones 718 mil dólares, en comparación de los 34 millones 686 mil, en el mismo lapso de 2008.⁶⁴

ESTADOS PRODUCTORES DE PLÁTANO

Las áreas productoras se localizan en las regiones tropicales de la costa del Golfo de México y Océano Pacífico. Los principales estados productores son Chiapas, Veracruz, Tabasco, Nayarit, Colima, Michoacán, Oaxaca, Jalisco y Guerrero, los cuales se agrupan en tres regiones productoras: Región del Golfo de México que ocupa el 43% de la superficie nacional cultivada, Región del Pacífico Centro con el 24% y Región del Pacífico Sur con un 30%.⁶⁵

- Golfo de México. Esta región presenta características de clima cálido húmedo con una precipitación pluvial anual de 1,700 a 3,900 mm y comprende los estados de Tabasco, Veracruz y Oaxaca. El estado más lluvioso es Tabasco (2,300 a 3,900 mm) con precipitaciones durante casi todo el año, 0 a 2 meses secos (menos de 60 mm de lluvia mensual), temperatura media anual de 26-27 °C y una altitud entre 50 y 55 metros sobre el nivel del mar (msnm). La zona de producción más importante que produce fruta para el mercado de exportación es Teapa. El área bananera más importante de Veracruz se localiza en San Rafael y Nautla, en la cual se presenta una precipitación anual de 1,743 mm, temperatura media de 24-25 °C y altitud de 20 a 80 msnm. Cerca de los límites con Veracruz se encuentra la zona de Tuxtepec en el estado de Oaxaca,

⁶³ Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2000-2010. Disponible en: <http://www.plataneros.net/documents/estadisticas.pdf> (Consultado el 01 de Septiembre del 2010)

⁶⁴ El sur-sureste mexicano. <http://www.funprover.org/agroentorno/ene010/elsurseste.pdf> (Consultado el 01 de Septiembre del 2010)

⁶⁵ Orozco-Santos, Mario y José Orozco-Romero, La Sigatoka Negra en Bananos y Plátanos: El Caso de México. http://musalit.inibap.org/pdf/IN050657_es.pdf (Consultado el 20 de Octubre del 2009)

la cual produce principalmente plátano Macho y Banano Enano Gigante (Orozco-Santos, 1998).

- Pacífico Centro. La región comprende los estados de Colima, Michoacán, Jalisco y Nayarit y posee clima cálido seco con una precipitación de 700 a 1,100 mm anuales distribuidos en los meses de Junio a Octubre y el resto del año (7 a 8 meses) es seco. La temperatura media es de 26-28 °C y con una altitud de 10 a 60 msnm en todos los estados productores (Colima, Jalisco y Michoacán), con excepción del estado de Nayarit, en donde se cultivan plátanos desde 10 hasta 500 msnm. Alrededor del 60% de la superficie bananera de Colima, Jalisco y Michoacán se encuentra asociada con palma de coco (*Cocos nucifera* L.). Casi toda la producción de bananos es destinada al mercado nacional, aunque hoy en día se ve reflejado una mayor participación en el mercado de exportación.
- Pacífico Sur. Esta región se ubica en el estado de Chiapas y registra un clima cálido subhúmedo con 4 a 5 meses secos, precipitación anual de 1,500 a 2,500 mm, temperatura media de 26-27 °C y una altitud de 20 a 80 msnm. La zona bananera más importante se ubica en la costa del estado de Chiapas en el área conocida como el Soconusco. La producción es destinada al mercado de exportación y nacional (Orozco-Santos, 1998).⁶⁶

IMAGEN 10: ESTADOS PRODUCTORES DE PLÁTANO



Fuente: Sistema producto plátano. Boletín informativo Dic. 2008. Disponible en: <http://plataneros.org/Revista.pdf> (Consultado el 19 de Enero del 2009)

⁶⁶ Ibidem.

Los principales destinos de la producción platanera en el mercado nacional son las ciudades de Guadalajara, Ciudad Guzmán, León, Irapuato, Celaya, Aguascalientes, Zacatecas, Morelia, Culiacán y Querétaro. Las exportaciones del plátano colimense han sido durante los últimos años principalmente a Los Ángeles y San Diego, California E U y se registran también exportaciones en menor escala a Japón y Canadá.

Históricamente Chiapas y Tabasco han sido los principales productores de plátano en el entorno nacional mostrando una marcada diferencia respecto a Veracruz, Colima y Michoacán. Durante el periodo 2000-2009, la producción de Chiapas se ubicó alrededor de las 701 mil toneladas y Tabasco, por su parte, pasó de 400 mil toneladas en el 2000, a 550 mil en el año 2009.⁶⁷

En la siguiente tabla se podrá comparar el volumen de producción de plátano en los estados productores de México en el periodo 2000-2010.

Tabla 2.5

PRINCIPALES ESTADOS PRODUCTORES DE PLÁTANO EN MÉXICO 2000-2010**

VOLUMEN DE LA PRODUCCION (TON / HAS)											
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 *
CHIAPAS	701,391.21	788,225.34	819,173.88	709,405.90	830,519.79	782,643.85	702,868.35	547,742.91	831,008.41	774,432.00	308,657.00
COLIMA	152,555.00	159,753.00	169,885.00	158,693.50	182,116.50	154,105.50	151,134.00	143,831.00	159,507.00	155,704.00	73,314.00
MICH	108,761.45	103,749.80	84,557.75	95,030.36	108,358.05	125,162.95	98,419.03	108,239.60	110,004.96	115,899.00	58,983.00
TABASCO	436,961.00	527,055.00	611,512.00	649,472.00	689,436.00	652,857.00	669,126.78	630,295.72	545,387.30	550,459.00	217,610.00
VERACRUZ	202,710.00	230,097.65	217,707.39	217,444.03	245,799.12	238,088.42	274,078.66	189,303.45	164,829.38	275,103.00	79,734.00
SUBTOTAL	1,602,378.66	1,806,880.79	1,702,636.02	1,830,045.79	2,036,229.46	1,932,957.52	1,895,626.80	1,619,512.68	1,810,735.05	1,871,597.00	738,298.00
RESTO	268,252.94	308,878.20	294,139.05	235,903.25	324,914.83	317,084.17	300,528.13	345,032.67	340,065.79	362,378.00	128,483.00
NACIONAL	1,870,631.60	2,115,758.99	1,996,775.07	2,065,949.04	2,361,144.29	2,250,041.69	2,196,154.93	1,964,545.35	2,150,800.84	2,233,975.00	866,781.00

** Datos Preliminares al 31 de Mayo de 2010.

Fuente: Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2000-2010. Disponible en: <http://www.plataneros.net/pdf/estadisticas.pdf> (Consultado el 01 de Septiembre del 2011)

⁶⁷ Plan rector nacional. Disponible en: http://www.plataneros.net/documents/plan_rector.pdf (Consultado el 01 de Septiembre del 2010)

En la tabla anterior podemos observar que en el periodo 2000- 2010 Chiapas ha sido el principal estado productor de Plátano, seguido por Tabasco y Veracruz, y en menor medida Colima y Michoacán, a nivel Nacional para el año 2009 nuestro país tuvo una producción total de 2, 233,975.00 (ton/has).

Así mismo hay una disminución del total de toneladas producidas en todos los estados en los años 2005 al 2007 en comparación con el año 2004, sin embargo, esto no ha desanimado a los estados en su afán de exportar este producto para el 2008 hay una leve recuperación tal es el caso de Colima que pese a que es un estado con un producción de plátano no muy significativa, exporta plátano, principalmente a California, Estados Unidos, en menor medida a Canadá y en el 2005 logró exportar sus primeras 20 toneladas de plátano a Japón.

Se puede mencionar también que para el envío de plátano a nuestro mercado meta tienen mayor ventaja aquellos productores que están más cerca de los puertos, ya que esto les disminuye el tiempo de almacenamiento y tránsito del producto, en su caso se verían más beneficiados los productores de los estados de Colima, Michoacán y Veracruz.

Con lo anterior observamos que México es un país que cuenta con varias ventajas para la producción y comercialización del plátano, sin embargo, no debemos olvidar que su competencia para poder incursionarse en el mercado internacional es amplia, por lo que se recomienda ofrecer un producto competitivo y que cumpla con los estándares de calidad exigidos por el mercado demandante, con la finalidad de que pueda posicionarse con éxito.

CAPITULO 3: JAPÓN MERCADO META

Japón puede ser un país muy lejano y exigente, sin embargo, existen buenas razones para incursionarse en él, entre ellas, es considerado la tercera economía a nivel mundial, sólo después de Estados Unidos y recientemente desplazado de la segunda posición por China, además de que cuenta con el mayor crecimiento económico de los países del lejano oriente, sin olvidar que México tiene ventajas a raíz del Acuerdo de Asociación Económica que entro en vigor en el 2005, en especial en el sector agropecuario.

En este capítulo se darán a conocer las características generales de Japón, así como las leyes y regulaciones que se tienen que cumplir en este mercado para ingresar plátano fresco.

3.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE JAPÓN

Japón es conocido como "*La Tierra del Sol Naciente*", (su significado literal es: "el origen del sol"), es un país de Asia constituido por un archipiélago ubicado entre el Océano Pacífico y el Mar del Japón, al este de la península de Corea.

El territorio comprende alrededor de 1,042 islas y más de 2,000 islotes, de las cuales las cuatro islas más importantes son: Honshu, Hokkaido, Kyushu y Shikoku, representando alrededor del 98% de su territorio. Tiene una superficie de 377,812 Km² ⁶⁸, de los cuales el 68% son zonas montañosas, prácticamente cubiertas por bosques, y sólo el 14% tierras de cultivo.

Japón tiene alrededor de 779 Ciudades, entre las principales encontramos: Tokio. Yokohama, Osaka, Nagoya, Sapporo, Kyoto, Kobe, Sendai y Fukuoka.

⁶⁸ Las 196 Naciones del planeta, Almanaque Mundial 2011, México, Ed. Televisa, Agosto 2010, p. 393

IMAGEN 11: MAPA DE JAPÓN



Fuente: Embajada de México en Japón, Datos Básicos, Disponible en:

<http://portal.sre.gob.mx/Japon/index.php?option=displaypage&Itemid=57&op=page&SubMenu=>
(Consultado el 15 de Junio del 2010)

El clima en Japón varía desde las condiciones sub-tropicales de Okinawa hasta el frío subártico de Hokkaido. El clima del norte es muy frío en invierno y caluroso en verano. En la zona centro que da al pacífico, en la isla de Honshu, los inviernos no son muy fríos, pero los veranos resultan extremadamente húmedos y calurosos; la barrera que en esta isla forman los Alpes Japoneses hacen que los inviernos sean mucho más duros que en la vertiente oeste que da al Mar de Japón. En el área de Tokio las estaciones son muy acusadas, con inviernos fríos y veranos muy calurosos y húmedos.

3.1.1 POBLACIÓN

Japón tiene una población de 127.6 millones de habitantes, representa el 8.4% de la población de Asia Oriental (China, Corea y Japón). Su población es la décima

más numerosa del mundo, la esperanza de vida es de 82 años Hombres: 79 años, Mujeres: 86 años ⁶⁹

3.1.2 SISTEMA DE GOBIERNO

Japón está constituido como una Monarquía parlamentaria de acuerdo con la Constitución de 1946 que sentó las bases y el marco político administrativo del Japón de hoy.

El Primer Ministro es el jefe de gobierno de dicho país y es nombrado por el Emperador después de ser designado por la Dieta o Parlamento siendo el máximo responsable y quien designa a los ministros de estado. El actual Primer Ministro es Shinzo Abe, gobierna desde el 26 de Diciembre de 2012.

El Jefe de Estado es el Emperador Akihito desde Enero de 1989, para jefe de estado no hay elecciones. El Poder judicial es representado por la Suprema Corte.

La Dieta o el Parlamento bicameral es el órgano legislativo. Su función es similar al Parlamento de los países occidentales: aprobar tratados, presupuestos del Estado y otras leyes. La Cámara de Representantes es de 512 miembros elegidos por 4 años, la Cámara de Consejeros con 252 miembros elegidos para un periodo de seis años.

Los Partidos Políticos representados en la Dieta (asientos en la Cámara de Representantes desde las elecciones de septiembre de 2005) son: Partido Liberal Democrático (305), Partido Democrático de Japón (113), Partido Nuevo Komeito (31), Partido Comunista de Japón (9), Partido Social-Demócrata (7).

3.1.3 ECONOMÍA

Con respecto a datos económicos de Japón, encontramos los siguientes: De acuerdo al FMI en el 2009 el **PIB** de Japón sumó 5,068 miles de millones de dólares. Su **PIB per cápita** fue de 39,731 dólares y su **Inflación** fue de -1.68%. La

⁶⁹ Estimaciones 2009, Almanaque Mundial 2011, p. 394

economía japonesa ocupa el primer lugar entre los países de Asia y a escala mundial tiene la segunda posición.⁷⁰

Su moneda es el **Yen (¥)**. El tipo de cambio promedio en mayo de 2010 fue 94.64 yenes por dólar.⁷¹

Con respecto al sector primario en Japón, la agricultura se enfrenta a los mismos problemas que cualquier otro país desarrollado, dentro del marco de una población en disminución y envejeciendo.

Actualmente Japón es el mayor importador neto de productos agrícolas del mundo. Es importante mencionar que durante las últimas décadas, Japón ha eliminado muchas de las barreras que limitaban el acceso a sus mercados agrícolas, pese a ello, aún siguen permaneciendo fuertes obstáculos en algunos productos básicos considerados críticos, tal es el caso del arroz, de igual forma los controles sanitarios son muy estrictos y persisten algunos problemas técnicos referidos a aditivos alimentarios y barreras fitosanitarias para frutas y vegetales.

3.1.4 ACUERDOS COMERCIALES FIRMADOS POR JAPÓN

Dentro de los acuerdos comerciales firmados por Japón encontramos los siguientes:

Acuerdos en vigor:

- *Singapur* (en vigor desde noviembre de 2002).
- *México* (en vigor desde el 1º de abril de 2005).
- *Malasia* (en vigor desde julio de 2006).
- *Filipinas* (se firmó luego en septiembre de 2006, y entró en vigor el 11 de diciembre de 2008).
- *Chile* (en vigor en septiembre de 2007)
- *Tailandia* (entró en vigor el 1º de noviembre de 2007)

⁷⁰ Síntesis de la relación comercial México Japón. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/102/1/images/Japon.pdf> (Consultado el 15 de Junio del 2010)

⁷¹ Almanaque Mundial 2011, p. 394

- *Indonesia* (fue firmado el 20 de agosto de 2007 y entró en vigor el 1ero de julio 2008)
- *Brunei*, (Tokio anunció el inicio de las negociaciones para un TLC con Brunei en junio de 2006 y se concretaron en 2007, entro en vigor ene el 2008) Los tratados con Brunei e Indonesia resultan de importancia singular, ya que le garantizan al Japón acceso a fuentes de petróleo y gas.
- *ASEAN*: (En octubre de 2003 los gobiernos de Japón y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) que consta de 10 países,⁷² firmaron un marco general para un TLC bilateral. En noviembre de 2004 acordaron iniciar el proceso de negociaciones, que comenzó en abril de 2005 y concluyó en noviembre de 2007. El acuerdo entró en vigor el 1º de diciembre de 2008).
- *Vietnam*: (El gobierno japonés empezó a negociar un TLC bilateral (“acuerdo de asociación económica”) con Vietnam en enero de 2007. Hasta septiembre de 2008 se habían llevado a cabo nueve rondas de negociación, y el acuerdo fue finalmente firmado el 25 de diciembre de 2008).⁷³
- *Suiza*: El acuerdo de Asociación Económica entre Japón y Suiza fue adoptado el 19 de febrero de 2009 y entró en vigor el 01 de Septiembre de 2009.
- *India*: Los gobiernos del Japón y de la India empezaron a negociar un Acuerdo Integral de Asociación Económica en enero de 2007. El 16 de Febrero de 2011 se firmo el Tratado, y entro en vigor el 02 de Agosto de 2011.
- *Perú*. El 31 de mayo de 2011 se realizó la firma del Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre Perú y Japón, entró en vigor el 1 de marzo de 2012.

Negociaciones en curso:

- *Corea del Sur* (*negociaciones iniciadas en 2003 se detuvieron por diferencias en los sectores manufactura y agricultura*).
- *Australia*. Iniciaron las negociaciones de un TLC en abril de 2007 tras haber concluido un estudio de factibilidad conjunto (y firmado un programa conjunto de cooperación militar). Hasta febrero de 2011 se han celebrado 12 rondas de negociación.

⁷² Los miembros de ASEAN - Brunei, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar (Birmania), Singapur, Tailandia y Vietnam - quieren convertir a toda la región en una zona de libre comercio.

⁷³ Japón. Disponible en: http://www.bilaterals.org/rubrique.php3?id_rubrique=82 (Consultado el 11 de Julio del 2009)

Hay además otros países que se están abriendo paso como blancos de la agenda de comercio bilateral del Japón:

- En 2006, motivado por los problemas de acceso a fuentes de recursos energéticos, Japón se adelantó para iniciar conversaciones en pos de TLCs con Kuwait y otros países del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC) ricos en petróleo y gas.
- Existe además preocupación creciente por la situación de desventaja con que corren las empresas japonesas en el ámbito internacional más amplio, motivo por el cual el Japón le está proponiendo TLCs a Brasil, Sudáfrica, Nueva Zelanda e incluso ventilando expresiones de deseo acerca de potenciales negociaciones para un TLC entre Estados Unidos y el Japón.

Los acuerdos que propone Japón se denominan Acuerdos de Asociación Económica (EPA por sus siglas en inglés), ya que el gobierno sostiene que el término “acuerdo o tratado de libre comercio” no representa cabalmente el sentido de integración de políticas sociales y económicas más amplio que se propone alcanzar con sus socios en estos tratados. Pero estos EPA son similares en su alcance a un TLC típico de Estados Unidos, Nueva Zelanda o la UE, aunque menos ambiciosos en sus contenidos.⁷⁴

Todas las características antes mencionadas nos ayudan a conocer mejor nuestro mercado meta antes de iniciar una negociación, a continuación se mencionarán algunos tips que pueden ser de utilidad al hacer negocios con los japoneses.

3.2 CONSIDERACIONES PARA HACER NEGOCIOS CON JAPÓN

Para iniciar negocios con Japón no es difícil, ni tampoco es necesario invertir grandes sumas de capital, sólo se necesita contar con el interés y tomar en cuenta los siguientes factores básicos:

- Q: Quality / Calidad
- C: Cost / Costo
- D: Delivery / Entrega

⁷⁴ Ibidem.

- M: Management / Administración
- D: Development / Desarrollo

Es muy importante conocer muy bien la cultura de negocios de Japón al realizar misiones comerciales, esto con la finalidad de cimentar la confianza en un corto plazo y poder mantener una relación a largo plazo ante los clientes potenciales. El ofrecer un producto o servicio de muy buena calidad, que cumpla con el gusto y las necesidades del consumidor japonés será la clave para tener éxito.

“*Shinrai*”, (la confianza) es el factor que debe ser extremadamente considerado al iniciar una negociación con empresas japonesas, con la finalidad de establecer una relación placentera y dinámica.

El siguiente es un resumen de las ideas clave que indican la trayectoria al éxito, proporcionadas por las numerosas firmas extranjeras que lo han logrado.⁷⁵

- *El Acceso a los Mercados de Japón Requiere una Perspectiva a Largo Plazo.*

El mercado japonés requiere una estrategia formada con base en una perspectiva a largo plazo. Dicha perspectiva se obtiene de una consideración minuciosa de muchos factores: tamaño del mercado; firmas competidoras; canales de distribución; escala de precios; límites de tiempo; desarrollos entre los usuarios y los consumidores y las tendencias de la investigación y el desarrollo. Antes de poder tener acceso al mercado japonés, debe investigarse. Dada la naturaleza de las operaciones y costumbres comerciales japonesas y la manera en que se constituyen las compañías de Japón, se requiere con mucha frecuencia más tiempo para tomar decisiones en Japón que el que se pudiera requerir en otros países.

- *Buscar una utilidad inmediata no se ajusta al mercado japonés.*

La clave es no darse por vencido en el proceso; el éxito se consigue con determinación y perseverancia.

⁷⁵ El mercado Japonés, un compendio de información para el exportador potencial. México, Japan External Trade Organization, 1996, p. 156-158

- *Selección del Socio Apropriado*

Cuando se establece una subsidiaria o empresa de coinversión para avanzar en el mercado japonés, la estrategia administrativa del lado japonés tendrá un efecto profundo sobre el esfuerzo, al igual que las actividades comerciales posteriores de la empresa japonesa. Que pueda o no haber congruencia en las filosofías y fundamentos racionales comerciales es una cuestión clave. Cuando las partes piensan más o menos de manera similar, las operaciones conjuntas se lograrán de manera fluida; sin embargo, cuando su forma de pensar difiere, se requieren consultas tempranas y minuciosas. Cuando esta es la situación, hay necesidad de desarrollar un entendimiento mutuo por medio de discusión y debate.

- *Hacer Hincapié en la Calidad y Desempeño.*

Los consumidores y usuarios japoneses tienen normas elevadas y son sumamente exigentes con respecto a los productos. Existen aquellas corporaciones extranjeras que se quejan que lo anterior va demasiado lejos o que cumplir con las normas y exigencias es demasiado costoso. Sin embargo, las empresas extranjeras que tienen éxito se dan cuenta que los japoneses nunca cederán en lo que a calidad se refiere. Se avocan a la tarea de cumplir con las rigurosas normas de seguridad y calidad de Japón.

- *Individualizar y Diferenciar.*

El hecho de que un producto es único en sí mismo es naturalmente atractivo, pero los consumidores se sienten mucho más atraídos cuando tanto la compañía como sus productos parecen ser originales y se diferencian de sus competidores. Hay una gran necesidad de singularidad en términos de capacidad tecnológica, investigación y desarrollo, mercadotecnia y publicidad. La cuestión está en diferenciarse de la competencia. La creatividad es la palabra clave.

- *Invertir Esfuerzo en Tecnología, Investigación y Desarrollo.*

Dentro de las industrias manufactureras, se presta atención a las actividades tecnológicas y de investigación y desarrollo de una empresa dada. Un gran número de compañías que han logrado avances en Japón están ya invirtiendo recursos presupuestarios y humanos en sus departamentos de investigación y desarrollo.

Algunas compañías extranjeras han observado que las firmas que suministran partes y maquinaria a las fábricas japonesas, observarán naturalmente un aumento en la proporción de su inversión en investigación y desarrollo y manufactura dentro del país.

- *Percatarse de las Necesidades del Mercado Japonés.*

Muchas firmas extranjeras parecen creer que “si nuestros productos se venden en casa, no hay razón por la que no deban venderse en Japón”. Sin embargo, debido a que estos productos y servicios no satisfacen las exigencias del mercado japonés, los resultados son desilusionantes con mucha frecuencia. Tenemos el caso del fabricante de aparatos norteamericano que intentó vender refrigeradores en Japón, pero que no tuvo éxito debido a que los refrigeradores eran demasiado grandes para los hogares japoneses.

- *Confiar la Facultad de Tomar Decisiones a la Filial Local.*

Qué tanta autoridad para tomar decisiones debe dar la compañía matriz a su subsidiaria japonesa, o a la parte japonesa de una empresa de coinversión, con respecto a las políticas administrativas y operativas, es una consideración importante para llevar a cabo actividades comerciales de manera fluida en Japón. Aunque es cierto que cada mercado del mundo tiene sus características distintivas, un aspecto sumamente pronunciado del mercado japonés es el hecho de que no puede entenderse sin vivir en Japón. Muchas firmas en Japón tienen dificultad en convencer de sus ideas a las compañías matrices. Algunas atribuyen lo anterior al trato con los gerentes a distancia en el extranjero.

- *Hacer Uso de Incentivos.*

Las firmas que establecen fábricas y otras instalaciones en regiones en las afueras pueden recibir ayuda, tal como incentivos fiscales, subsidios o préstamos a interés bajo. Las anteriores se encuentran entre las medidas preferenciales adoptadas por los gobiernos locales para alentar este tipo de desarrollo. Además, las empresas con capital extranjero pueden aprovechar los sistemas de préstamos con intereses bajos que manejan las instituciones financieras gubernamentales.

Otros aspectos que también son importantes para tener éxito en el mercado japonés son:

- Cambie su imagen sobre Japón. Tradicionalmente este país se concibe como lejano, desconocido y con un mercado de muy difícil acceso. Japón representa ya un importante mercado para los productos mexicanos.
- Asegúrese de contar con un precio competitivo.
- Sea confiable en la entrega de sus productos. Los consumidores japoneses son impacientes. Si el producto no está disponible, cambiarán a otra opción sin pensarlo. Recuerde que la mayoría de las empresas en Japón se basan en el sistema "just in time".⁷⁶
- Otro de los aspectos es la puntualidad, desde que Japón abrió las puertas al exterior, a mediados del siglo XIX, los europeos y norteamericanos le inculcaron una de las principales virtudes del hombre industrializado: la puntualidad. Los japoneses cumplen fielmente esta costumbre, incluso con sus compatriotas, lo cual significa que también los extranjeros sean puntuales.⁷⁷

Una vez que haya contactado a una empresa japonesa, es necesario mantener el flujo de comunicación continuo, respondiendo a sus requerimientos a la brevedad posible y de una manera formal.

Proméxico brinda apoyo a aquellas empresas interesadas en participar en eventos en Japón, tal es el caso de la Exhibición Internacional de Alimentos y Bebidas Foodex-Japan, que ha representado un instrumento fundamental para que empresas mexicanas hayan podido incursionarse exitosamente en el mercado japonés con un importante número de importadores potenciales al establecer contacto en el evento.

En el caso de los alimentos, se prefieren productos que se puedan consumir en una sola sesión, de tal manera de evitar su almacenamiento y que se puedan disfrutar lo más fresco posible.

Dando continuidad a este apartado, mencionaremos las principales características de nuestro mercado meta como país importador del plátano.

⁷⁶ Es la filosofía industrial de eliminación de todo lo que implique desperdicio en el proceso de producción, desde las compras hasta la distribución. Surge en Japón después de la segunda guerra mundial y pese a que su primer objeto fue la reducción de costos, con el tiempo se le conoció como un concepto más amplio, denominado **Teoría de los Cinco Ceros**: Cero Defectos, Cero Plazos, Cero Averías, Cero Stocks y Cero Burocracia. Ledesma, Carlos Alberto. Nuevos Principios y fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural, Buenos Aires, Ed. Osmar Buyatti, 2004, Pág. 147

⁷⁷ Como Exportar a Japón, 2ª. Ed., México, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1985, p. 100

3.3 JAPÓN PAIS IMPORTADOR DE PLÁTANO.

El plátano ha llegado a ser importante en la dieta del pueblo japonés y a pesar de tener precios altos por ser en su mayoría importada, el consumidor está dispuesto a pagar el costo siempre y cuando sea de la mejor calidad, por lo que esta fruta se encuentra dentro de las de mayor importancia en las importaciones de Japón.

Debido a su situación geográfica, el mercado japonés del plátano ha estado dominado principalmente por Filipinas, aunque Ecuador ha desempeñado una función cada vez más importante a partir de los años noventa, y será cada vez mayor su participación si se logra una negociación para la firma de un AAE entre Ecuador y Japón.

Cabe mencionar que Japón únicamente importa plátanos verdes, la importación de plátanos amarillos está prohibida bajo la Ley de Protección de Plantas. Los plátanos verdes se dejan madurar en almacenes antes de ser puestos a la venta. Casi todos los plátanos que se traen del exterior son de la variedad Cavendish.

A finales de septiembre de 2008 sucedió algo curioso en casi todos los supermercados y tiendas de Japón: los plátanos comenzaron a agotarse rápidamente. Llegaban los pedidos y horas más tarde no quedaba ni un solo plátano en las estanterías. El plátano, de repente, se puso de moda en todo el país.

La explicación a este suceso databa de Octubre del año 2006, cuando el matrimonio Hamachi escribió un artículo en una red social japonesa llamada Mixi. Este artículo hablaba de la "*Dieta del Plátano por la Mañana*", un régimen que causó furor en Japón por varias razones: era fácil de seguir, se podía comer la cantidad de plátanos que se quisiera, y además no se tenía que cocinar, si se seguía la dieta correctamente se podían perder varios kilos en pocas semanas.

En realidad no era la primera vez que una dieta se pone de moda en Japón. De hecho es algo que ocurre frecuentemente, cada vez con un producto diferente. El boom duró casi cerca de un mes, tiempo después las cosas empezaban a normalizarse, había sido sólo una moda pasajera como las anteriores que había habido en Japón, sin embargo, para algunos japoneses el plátano sigue ocupando una importancia relativa dentro de su dieta diaria, una ventaja más para la exportación de esta fruta a Japón.

En la siguiente tabla se mencionan los principales países que exportaron plátano a Japón en el periodo 2006-2010 (ver Tabla 3.1)

Tabla 3.1
PAISES QUE EXPORTARON PLÁTANO A JAPÓN 2006-2010

Exportadores	Valor importada en 2006	Valor importada en 2007	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010
Filipinas	564.562	584.475	825.843	1.012.704	844.749
Ecuador	475.948	517.24	761.601	929.528	777.91
Taipei Chino	56.912	31.736	30.975	47.837	36.682
Perú	18.22	18.559	16.707	14.395	13.562
México	3.038	5.055	5.51	8.471	6.035
Tailandia	3.974	4.487	5.51	4.884	3.59
Colombia	2.09	2.119	2.5	2.763	2.801
República Dominicana	1.474	2.272	1.918	3.392	2.431
China	1.372	1.029	226	561	965
España	1.433	1.861	871	772	767
Otros América	0	0	0	0	7
Viet Nam	0	5	2	0	0
Sri Lanka	13	6	0	0	0
Chile	0	3	0	0	0
Costa Rica	0	0	0	45	0
Francia	0	0	0	15	0
Alemania	5	4	0	0	0
Indonesia	13	0	0	0	0
Malasia	9	64	0	0	0
Estados Unidos	18	18	15	17	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE.

Elaboración propia con datos de; Trade Map. Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Disponible en: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx (Consultado el 05 de Mayo del 2011)

Como podemos observar Filipinas es su principal proveedor, seguido por Ecuador y Taipei Chino y Perú, estos son los principales competidores con los que México se tiene que enfrentar en la comercialización del plátano en Japón, en especial con Filipinas que es el que tienen mayor participación de este producto.

México figura dentro de la lista de los países que envían plátano a este mercado, y aunque su participación no es mucha, es una prueba de que el plátano mexicano ha logrado incursionarse dentro del mercado japonés.

3.3.1 ACCESO AL MERCADO

Conocer la infraestructura de nuestro mercado meta es de suma importancia para poder planear adecuadamente la logística en nuestro proceso de exportación. La logística significa distribución comercial, significa surtir en tiempo y forma, significa la solución integral a los problemas de entrega, cuyo corazón esta en los sistemas, la información y la comunicación, significa el arte de proveer.⁷⁸

El conocer los principales accesos con los que cuenta nuestro mercado meta, nos ayudará a determinar el tipo de transporte que se puede utilizar para el envío de la mercancía.

Acceso Marítimo

El país cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por más de 150 puertos distribuidos a lo largo de su territorio. Entre los más destacados se encuentran; Kobe, Osaka, Tokio, Yokohama y Nagoya, considerados como los principales puntos de acceso hacia el territorio Japonés.

El Puerto de Nagoya ocupa el undécimo puesto a nivel mundial respecto al volumen de carga manejada, y es considerado como uno de los cinco puertos más importantes en Japón. Cuenta con 6 terminales para la movilización de carga general, a granel y contenerizada. Además, juega un papel muy importante como punto de entrada al país, ya que cuenta con conexiones con aproximadamente 150 países alrededor del mundo.⁷⁹

⁷⁸ Díaz, Leal, Eduardo Reyes. Introducción a la Logística Internacional. México, Bufete Internacional de Intercambio, 2002, p. 53

⁷⁹ Proexport Colombia, Guía para exportar a Japón. Disponible en: <http://www.proexport.gov.co/VbeContent/library/documents/DocNewsNo4533DocumentNo7382.PDF> (Consultado el 05 de Julio del 2009)

El puerto de Yokohama es el puerto de destino más utilizado para los embarques que salen de México (Manzanillo, Lázaro Cárdenas, Ensenada), esta ubicado al Noroeste de la Bahía de Tokio y es considerado la puerta de entrada natural hacia los principales centros productivos de Japón.

El puerto de Tokio es uno de los puertos más importantes en Japón, dispone de infraestructura para el cargue, descargue y almacenamiento de mercancía de tipo general, perecedera, a granel y refrigerado.

Acceso Aéreo

La infraestructura aeroportuaria de Japón está compuesta por un total de 176 aeropuertos distribuidos a lo largo del territorio y garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Sin embargo, los complejos de Kansai, Narita y Haneda son los que concentran la mayor cantidad de tráfico.

El aeropuerto internacional de Kansai es el primer aeropuerto oceánico del mundo, construido en una isla en la bahía de Osaka, Japón. El Terminal tiene 1.7 kilómetros de largo, maneja más de 850.000 toneladas de carga y es la puerta de entrada para la región de Kansai, compuesta por las ciudades de Osaka, Kioto, y Kobe, entre otras. El Aeropuerto Internacional de Tokio, (Aeropuerto de Narita) se encuentra a 60 kilómetros de la ciudad y es catalogado como el principal receptor de carga que ingresa al país asiático, ocupa el quinto lugar en manejo de carga vía aérea, con un total de 2.280.830 toneladas según estadísticas del Consejo internacional en Ginebra, Suiza.

El Aeropuerto Internacional Haneda, se halla en la bahía, al sur del centro de la ciudad y hoy en día ofrece servicios tanto para los vuelos internacionales como para los nacionales.

Los terminales antes mencionados se encuentran dotados de una excelente infraestructura para el manejo de carga, almacenamiento refrigerado y cuidado de valores. Por el momento no existen servicios aéreos directos hacia este destino, no obstante la movilización de la carga se efectúa a través de servicios con conexiones

en distintas ciudades europeas como Frankfurt, Milán, Luxemburgo, así como en Estados Unidos, Canadá, Curazao y Caracas, desde donde la carga es redespachada a Japón, con tiempos de transito que oscilan entre 2 y 5 días.

Como podemos observar los dos principales medios para poder entrar a Japón son: vía aérea y marítima ya que se cuenta con una amplia red de accesos, estas características le ayudarán al exportador a elegir el medio de transporte para el envío de su mercancía.

3.3.2 TRANSPORTE

Para competir con éxito en los mercados internacionales es requisito indispensable efectuar un análisis exhaustivo del medio de transporte. Un parámetro importante de este son los costos y la oportunidad de entrega.⁸⁰ Todos los medios de transporte presentan ventajas e inconvenientes por lo que el medio de transporte dependerá del tipo de producto comercializado y de la cantidad de mercancía que se pretenda enviar.

El transporte aéreo es el medio más rápido para el envío de la mercancía, aunque es algo costoso lo cual podría elevar el precio de nuestro producto, sin embargo, si se trata de embarques pequeños y de gran urgencia, es el medio más recomendado para el envío de la mercancía, el costo del flete puede ser determinado por el peso o el volumen que se envía, siempre se tomará en cuenta el que sea más alto.

Para el envío vía aérea se utiliza un contenedor refrigerado o Kooltainer, el cual se debe solicitar con anticipación y tiene las siguientes características:

⁸⁰ Maubert Viveros, Caludio. Comercio internacional. Aspectos operativos, administrativos y financieros. Trillas, México, 2001, p. 69

IMAGEN 12: KOOLTAINER



Cargo Adicional por unidad	\$250usd aprox.
Dimensión Externa	200x153x162cm
Capacidad volumétrica interna	3.1m3 (3086 litros)
Peso Máximo	1,588kg
Peso cobrable Mínimo	755kg
Control de Temperatura	-20C a +20C El control de temperatura aplica solo para temperatura inferior a la temperatura externa.
Batería	16 pilas alcalinas de 1.5V, 34mm de diámetro x 61mm de largo (tipo D). Duración aprox 48 hrs. El Cliente es responsable del suministro de las baterías en origen.
Hielo Seco	Máximo 180kg. Cantidad conforme a temperatura requerida, promedio de temp. Externa y tiempo de duración del transito. El peso del hielo seco debe considerarse dentro del Payload del contenedor.
Reemplazo Hielo y Baterías	Reemplazo de Baterías y Hielo Seco disponible en ICN contratado previamente al momento de la reservación: Baterías \$20 usd Hielo Seco \$2 usd/kg
Carga y Descarga	Los contenedores no pueden salir de la aduana ni en origen ni en destino.
Notas	El cliente es responsable del suministro de baterías y hielo seco, así como del acondicionamiento de su carga dentro del Kooltainer en origen.

Fuente: Información proporcionada por Korean Air México kemex@aeromexicocargo.com.mx

Existen salidas a Japón de los aeropuertos de la Ciudad México y de Guadalajara, principalmente al aeropuerto de Tokio Narita, con días de transito entre 3 y 5 días, las principales aerolíneas que manejan este destino son: Japan Airlines, Cathay Pacific, Delta Cargo, Korean Air, entre otras, lo más importante para el envío vía aérea es buscar la aerolínea que le ofrezca la tarifa más baja para no afectar el precio del producto.

En lo que se refiere al transporte marítimo es utilizado en el comercio internacional de frutas y hortalizas, cuando se trata de transportar grandes cantidades de productos frescos, esto siempre y cuando se considere el tiempo de vida de la mercancía a enviar, éste es el medio más económico y especializado para la exportación, en este caso si es factible exportar plátano vía marítima siempre y cuando sea en grandes cantidades (un contenedor completo) de lo contrario el transporte aéreo sería la mejor opción.

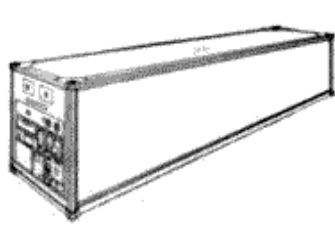
IMAGEN 13: TRANSPORTE MARÍTIMO



Fuente: El proceso de importación. Disponible en: <http://www.banana.co.jp/> (Consultado el 10 de Marzo del 2011)

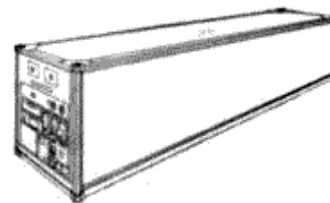
Las exportaciones de productos frescos por mar normalmente se realizan en contenedores equipados con sistemas de frío. El contenedor refrigerado⁸¹ es una forma especializada de transporte de frutas y hortalizas. Cada contenedor está construido con materiales térmicos y puede contar con ductos especiales para la circulación de aire, suministrado por el sistema de refrigeración del barco (Sistema Con-Air) o con un sistema de refrigeración independiente el cual se conecta a la red de electricidad del barco (Sistema Reefer).

TABLA 3.2
CONTENEDORES REFRIGERADOS INTEGRALES o REEFER

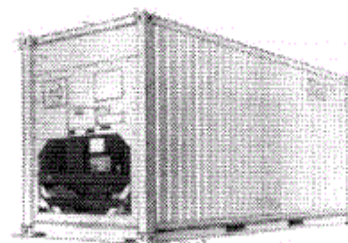
20 Pies 20' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	3080 kg / 6790 lb		Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.	
Carga Max.	27400 kg / 60410 lb			
Max. P. B.	30480 kg / 67200 lb			
Medidas:	Internas	Apertura puerta		
Largo:	5444 mm / 17'10"	-		
Ancho:	2268 mm / 7'5"	2276 mm / 7'5"		
Altura:	2272 mm / 7'5"	2261 mm / 7'5"		
Capacidad Cub.	28,1 m3 / 992 ft3			
40 Pies 40' x 8' x 8'6"			Descripción	

⁸¹ Los contenedores refrigerados tienen dimensiones estándares, todos son de 8 x 8 pies de ancho, pero pueden tener 10, 20, 30 o 40 pies de largo. Las dimensiones más usadas son las de 40 pies y en menor proporción las de 20 pies.

Tara	4800 kg / 10580 lb		Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.
Carga Max.	27700 kg / 61070 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	11561 mm / 37'11"	-	
Ancho:	2280 mm / 7'5"	2280 mm / 7'5"	
Altura:	2249 mm / 7'5"	2205 mm / 7'3"	
Capacidad Cub.	59,3 m3 / 2075 ft3		



40 Pies High cube 40' x 8' x 9'6"			Descripción
Tara	4850 kg / 10690 lb		
Carga Max.	29150 kg / 64270 lb		
Max. P. B.	34000 kg / 74960 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	11561 mm / 37'11"	-	
Ancho:	2268 mm / 7'5"	2276 mm / 7'5"	
Altura:	2553 mm / 8'4"	2501 mm / 8'2"	
Capacidad Cub.	67 m3 / 2366 ft3		



Fuente: Tipos de contenedores. Disponible en: <http://www.affari.com.ar/contttt.htm> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

Para la óptima utilización del contenedor el exportador debe:

- Solicitar con anticipación el contenedor que se ajuste al producto. La disponibilidad de contenedores refrigerados no es inmediata, deben solicitarse con dos semanas de anticipación.
- Inspeccionar las unidades en el momento de su recibo.
- Conocer los tiempos libres para el cargue y descargue que otorgan las diferentes navieras.
- Asegurarse de tener claras y exactas las dimensiones internas del contenedor: largo, ancho, alto y peso máximo cargable en cada unidad y relacionarlas con las dimensiones y peso del empaque del producto.
- Prever el llenado de los espacios vacíos para evitar que la carga se mueva.
- La carga debe contar con amortiguación apropiada y debe ser inmovilizada con amarres o bloques.
- Dar instrucciones al transportador sobre su buen uso.⁸²

⁸² Guía práctica para la exportación de plátano a EE.UU. Disponible en: http://www.ica.int.ni/GuiasTecnicas/Cultivo_Platano.pdf (Consultado el 20 de Noviembre del 2009)

El tiempo de tránsito de México a Japón varía de 16 hasta 25 días dependiendo de la línea naviera. A continuación algunos ejemplos de itinerarios y tiempos de tránsito de 2 de las principales navieras en México con destino a Japón (Hapag Lloyd y NYK). Se toman como ejemplos saliendo del puerto de Manzanillo y Lázaro Cárdenas ya que son 2 de los puertos más comerciales para realizar una exportación en México y se toma como puerto de llegada Yokohama ya que es el puerto en el que se realizan menos días de tránsito.

- **HAPAG LLOYD**

El horario de navegación y los puertos de escala están sujetos a cambios. Las frecuencias son semanalmente

PUERTO: MANZANILLO (MEX) -YOKOHAMA (JPN)

Nombre del Buque	Tiempo en Tránsito (días)	Servicio	Salida	Llegada	No. de Viaje
APL BELGIUM	18	AME	07/03/2011	25/03/2011	182W
SEOUL EXPRESS	16	AME	13/03/2011	29/03/2011	1107W
APL SWEDEN	18	AME	14/03/2011	01/04/2011	081W
DUESSELDORF EXPRESS	19	AME	17/03/2011	05/04/2011	1108W

Fuente: Hapag Lloyd, Itinerario interactivo. Disponible en: <http://www.hapaglloyd.de/es/schedules/interactive.html> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

PUERTO: LAZARO CARDENAS (MEX) –YOKOHAMA (JPN)

Nombre del Buque	Tiempo en Tránsito (días)	Servicio	Salida	Llegada	No. de Viaje
APL BELGIUM	16	AME	09/03/2011	25/03/2011	182W
SEOUL EXPRESS	15	AME	14/03/2011	29/03/2011	1107W
APL SWEDEN	16	AME	16/03/2011	01/04/2011	081W
DUESSELDORF EXPRESS	17	AME	19/03/2011	05/04/2011	1108W

Fuente: Itinerario interactivo. Hapag Lloyd. Disponible en: <http://www.hapaglloyd.de/es/schedules/interactive.html> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

Como observamos con esta naviera el tiempo de tránsito esta entre 16 a 19 días dependiendo del puerto de salida y del buque asignado.

- *NIPPON YUSEN KAISHA (NYK LINE)*

De igual manera los horarios están sujetos a cambios y las frecuencias de salida son semanalmente.

PUERTO: MANZANILLO (MEX) – YOKOHAMA (JPN)

Depart Facility	Cut Off at POL	Departure at POL	Vessel/Voyage	POD	Arrival at POD	Cargo Available	Estimated Transit Time
Manzanillo	Mar-10	Mar-12	VINCENT THOMAS BRIDGE/003	Yokohama	Mar-28	APR-01	19d
Manzanillo	Mar-17	Mar-19	COSCO FUKUYAMA/801	Yokohama	APR-04	APR-07	19d
Manzanillo	Mar-17	Mar-19	COSCO FUKUYAMA/801	Yokohama	APR-04	APR-07	19d
Manzanillo	Mar-24	Mar-26	VERRAZANO BRIDGE/003	Yokohama	APR-11	APR-15	20d

Fuente: NYK, Schedule, Disponible en:

<http://www2.nykline.com/vesselschedules/displayDetails.nyk?pageNumber=1&serviceCode=All%20Services&scheduleId=9> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

Con NYK también tienen salidas de Manzanillo a Tokio semanalmente y el tiempo de tránsito oscila entre los 20 días aproximadamente.

En este caso se recomienda utilizar el puerto de Yokohama ya que es el que menor tiempo de tránsito realiza, además de su cercanía con Tokio

Cabe mencionar que existen más navieras que manejan con destino a Japón como APL, CMA, MSC, por lo cual si maneja un agente de carga él le puede recomendar la mejor opción en ese momento, solo se debe tomar en cuenta utilizar el servicio de la línea naviera que le pueda ofrecer menos días de tránsito, esta sería el punto más importante a considerar ya que el plátano es un producto perecedero.

Para ello es recomendable tener en cuenta que la Vida de tránsito y almacenamiento del plátano es de: 1 – 5 semanas, dependiendo del grado de madurez. El índice de madurez requerido para el punto de cosecha del plátano de exportación depende del producto que se demanda.⁸³

Para el manejo de nuestro producto vía marítima se requieren condiciones de almacenaje de entre 12 y 13.5 grados C. con humedad relativa de entre 85 y 95 %. Se recomienda pre-enfriamiento en bodega refrigerada antes de cargar los contenedores; donde esto no sea posible, el ambiente de almacenaje debe tener suficiente capacidad de enfriamiento para eliminar el calor del campo y mantener la temperatura constante durante las 24 horas previas. Esto en la práctica puede obtenerse utilizando contenedores refrigerados como punto de pre-enfriamiento antes de la carga del contenedor final que hará la travesía marítima.

El almacenaje prolongado a temperaturas por debajo de 12 °C. dará por resultado heridas por enfriamiento, cuyos síntomas incluye el ennegrecimiento de la piel, incremento en la tasa de deterioro, maduración anormal o pasmada y alteraciones negativas en el sabor del producto. El almacenaje por arriba de los 13.5 °C. es favorable para la maduración y no se recomienda como temperatura para el transporte marítimo.

El plátano puede ser exportado exitosamente vía marítima si se siguen todo los lineamientos en cuanto a cosecha, grado de madurez y manejo del producto.

Otro de los puntos importantes que se debe considerar para la logística a Japón, es tener presentes los diferentes Canales de Distribución a través de los cuales se puede comercializar el producto.

⁸³ Galván Madrueño, Esther Alejandra. Plan de Negocios de exportar plátanos a Estados Unidos. Disponible en: <http://leecolima.no-ip.org/fumarola/2010/marzo/fumarola10/?p=17> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

3.3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN JAPÓN

Entre los canales de distribución, el japonés no es diferente de los existentes en otros países. Facilita el movimiento de los bienes entre los productores y los consumidores y hace las veces tanto de un canal de ventas para los productores como de un canal de compras para los consumidores. Consta ordinariamente de dos niveles: un nivel mayorista y un nivel detallista. En el nivel mayorista, se reciben los productos provenientes de diversos fabricantes o importadores y se entregan a los detallistas después de dividirse en lotes más pequeños que se ajustan a las necesidades de los detallistas. En el nivel detallista, los productos que se han obtenido de los numerosos mayoristas se venden a continuación a los consumidores.

Después del período inmediato a la posguerra, el sistema de distribución de Japón se desarrolló a fin de hacer frente al sistema de producción en masa que se basaba en la innovación tecnológica. Japón requería un sistema de distribución que pudiera surtir las enormes cantidades de productos que se estaban fabricando en masa. Estos acontecimientos proveyeron los antecedentes para las innovaciones de la distribución en la década de 1960, que condujeron al rápido crecimiento de los supermercados de autoservicio. Los supermercados hicieron posible adquirir productos en cantidades voluminosas, que se vendían a continuación a los consumidores a precios bajos.

Los supermercados y las tiendas de departamentos continuaron creciendo y se les unieron posteriormente nuevos tipos de vendedores al menudeo, tales como tiendas de abarrotes, a una escala menor que los supermercados, pero que tenían horas de operación más prolongadas y se basaban en el concepto de la comodidad.

Los mercados tradicionales conformados por centrales de abasto, plazas de mercado, mercados móviles, algunos supermercados y tiendas, se caracterizan por la gran participación de intermediarios.

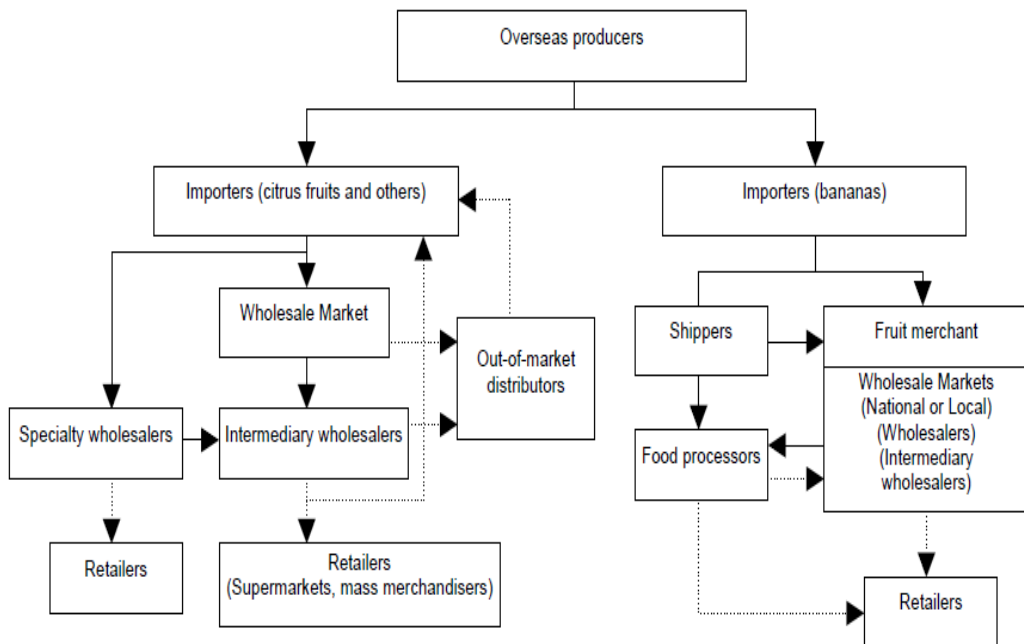
El mercado especializado se caracteriza por poseer una estructura organizacional apropiada, en donde se desarrollan los procesos de selección, clasificación y empaque. Las cadenas de supermercados, luego de la presentación de una muestra del producto y según cumplimiento de requerimientos internos de calidad y garantías

en el abastecimiento, aprueban o no el ingreso del proveedor. Generalmente este tipo de mercado fija la franja de precios para evitar alteraciones bruscas, y clasifica el producto de acuerdo con las calidades que comercializa.

Algunos productos fluyen de mayoristas especialistas a los vendedores al menudeo o de los importadores a los procesadores de alimentos. Las operaciones en el mercado al mayoreo se efectúan generalmente de persona a persona. En la Asociación de Facilitación de Importaciones de Productos Frescos de Japón, hay aproximadamente 300 compañías miembros que comercian con fruta importada.

Existen grandes cantidades de canales de distribución. La competencia es muy severa en Japón. Estos son solo unos ejemplos de los Canales de distribución de la fruta fresca en Japón.

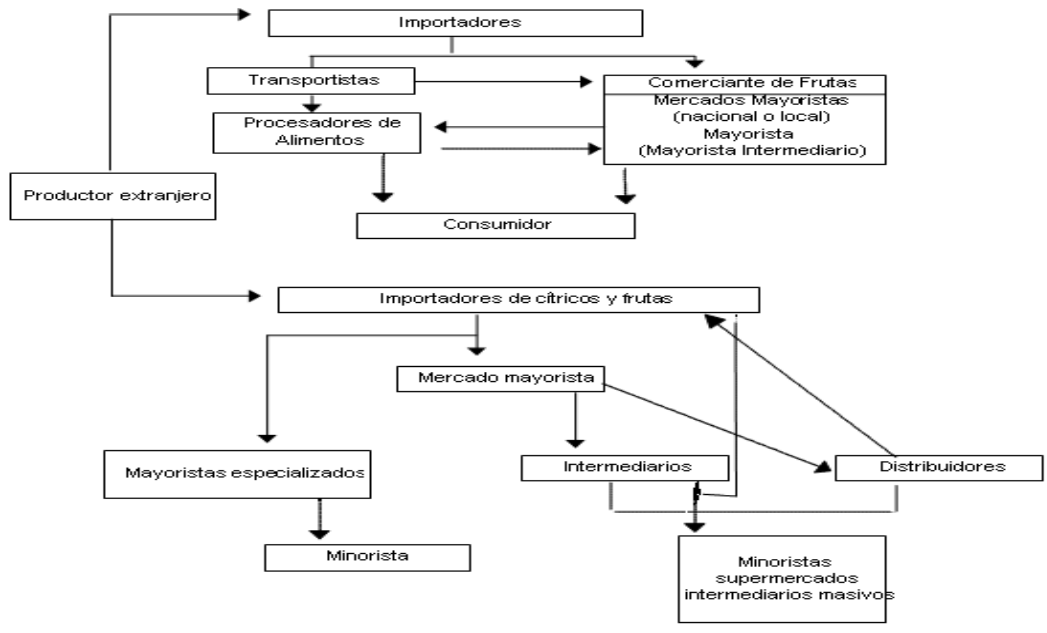
GRAFICO 3.1
Distribution channels for imported fresh fruits



Fuente: JETRO Marketing Guidebook for Major Imported Products. pág. 13

GRAFICO 3.2

Canales de distribución para Fruta Fresca Importada



Fuente: JETRO, Estudios de Mercado. Frutas Frescas, Disponible en:
<http://www.jetro.org.mx/informacion.htm> (Consultado el 05 de Septiembre del 2010)

El canal de distribución más común para la fruta importada es: importadores - mercados al mayoreo, (centrales y/o locales) - mayoristas - mayoristas intermediarios - vendedores al menudeo - consumidores.⁸⁴

De las frutas importadas, los cinco principales productos; plátanos, piñas, naranjas, toronjas y limón amarillo/limón verde, se manejan mediante todos los tipos de distribuidores antes mencionados. El manejo de otras frutas, sin embargo, está limitado a tiendas con frutas, supermercados y tiendas por departamentos de clase alta.

Por ser el plátano un fruto de consumo principalmente en fresco y su comercialización inmediata, presenta características especiales de mercadeo comunes a los productos perecederos.

⁸⁴ El mercado Japonés, un compendio de información para el exportador potencial. México, Japan External Trade Organization, 1996, p. 60

En el mercado del plátano, la mayor parte de los productores son pequeños y muestran gran dispersión y por lo general, venden la fruta en el cultivo. Los intermediarios juegan un papel clave en la adecuación, transporte y mercadeo del producto, apropiándose de una gran proporción del valor que se genera en el proceso.

Como dato importante se puede mencionar que los principales mayoristas intermediarios se encuentran en Tokio. Ellos han establecido un centro de apoyo en el que se puedan realizar las transacciones directas con los productores. El centro se encargará de lavar las frutas enviadas por los productores, realizar pruebas de residuos de pesticidas, envasar las frutas en bolsas, preparar el historial de la producción y vender directamente a los principales supermercados y restaurantes, lo cual es de gran utilidad para los exportadores.

Una vez teniendo en cuenta estos aspectos, continuaremos con un punto que es de suma importancia prestarle interés ya que si no se cumple con las regulaciones de las leyes en Japón, el producto corre el riesgo de ser retornado a su origen.

3.4 TRÁMITES Y LEYES APLICABLES EN LA IMPORTACIÓN EN JAPÓN

A fin de asegurar niveles mínimos de calidad sanitaria, Japón como otras naciones, ha concebido normas y requisitos adecuados a sus singulares hábitos alimenticios. La proporción de autosuficiencia alimenticia de Japón es sumamente baja y, en realidad, por lo menos el 60% de los alimentos consumidos en Japón son importados. La proporción de dependencia del Japón en los alimentos importados es elevada tanto para los productos primarios como para los alimentos procesados y la proporción de dependencia se incrementa aún más cuando se toman también en consideración los alimentos para animales.

Para exportar a Japón, el proveedor extranjero debe hacer frente a la tarea de entender la legislación y los reglamentos relacionados con la sanidad de los alimentos en Japón. En algunos casos, los productos que se han descargado en los muelles no han sido aceptados y se obliga al importador a regresarlos a su lugar de origen ya que violan las normas y no cumplen con los parámetros sanitarios requeridos.

En las importaciones prácticamente, todos los productos están liberalizados. En cuanto a aquellos considerados como sensibles (fundamentalmente agrícolas, cuero y calzado), se suprimieron las restricciones cuantitativas sustituyéndose por cuotas arancelarias, sin embargo, el nivel de protección arancelaria sigue siendo muy elevado, en cambio en la mayoría de los bienes manufacturados el arancel es nulo.

Las leyes o regulaciones que se deben tomar en cuenta al querer ingresar fruta fresca al mercado japonés, en específico, plátano fresco a continuación se mencionarán.

3.4.1 LA LEY DE PROTECCIÓN DE PLANTAS

La importación de fruta fresca en Japón está sujeta a la Ley de protección de plantas. Esta ley fue creada con el objeto de prevenir la propagación de microorganismos, insectos y/o plagas que puedan causar daños graves, afectando a los cultivos o a los recursos naturales del país. La ley cubre plantas, vegetales, frutos y productos obtenidos de las mismas.

Luego de llegar al puerto de entrada, el importador debe presentar a la Estación de Protección de Plantas una "Aplicación para Inspección de Importación de Plantas y Artículos de Importación Prohibida" junto con un "Certificado Fitosanitario" emitido por el agente gubernamental competente del país de exportación.

Los puertos y aeropuertos de Japón están equipados con zonas de cuarentena donde se realiza la inspección, si una infección es detectada se ordenará al importador descontaminarla o en su defecto regresarla al embarcador.

3.4.2. LEY DE SANIDAD DE ALIMENTOS

La ley de Sanidad de Alimentos prohíbe la venta de alimentos contaminados, tóxicos o sustancias dañinas y alimentos que son inseguros para la salud humana.⁸⁵

⁸⁵ JETRO Marketing Guidebook for Major Imported Products. p. 6

La Ley de Sanidad de Alimentos entró en vigor en 1947. Incluye todos los reglamentos relacionados con los alimentos, los aditivos para alimentos, los utensilios para comer, los recipientes de alimentos, la maquinaria para el empaque y procesamiento de los alimentos y juguetes infantiles.

La Ley de Sanidad de Alimentos se aplica a todos los alimentos y bebidas que se consumen en Japón. Los alimentos producidos en Japón y los alimentos importados reciben el mismo trato de acuerdo con las disposiciones de la ley, cuyo objeto es la prevención de todos los riesgos para la salud ocasionados por causas biológicas, químicas o físicas, tales como envenenamiento, uso de servicio de mesa, papel de envoltura, latas, botellas y otros empaques contenedores.

En algunos casos los adelantos en la ciencia han hecho posible desarrollar y comercializar alimentos y bebidas sin la adecuada garantía de seguridad. Por esta razón, el Ministerio de Salud y Bienestar de Japón está autorizado para prohibir la venta de ciertos productos alimenticios que no se ha comprobado todavía que son beneficiosos para la salud humana. El Ministerio prohibirá dichos productos alimenticios, de reciente surgimiento, cuando considere que los nuevos productos podrían representar un peligro, aunque los alimentos ya hayan sido llevados al mercado. Por ejemplo, para las frutas podría presentarse ésta situación cuando se utiliza algún fertilizante o plaguicida que recién salió al mercado y que aún no se conoce bien si puede presentar algún efecto secundario en el producto o al momento de que se consuma el fruto, por ello se recomienda no utilizarlos sino hasta que ya hayan sido aceptados en el mercado de destino, o bien, se podría enviar una muestra a Japón para verificar si no hay ningún problema con su aceptación.

En 1995, se revisaron los reglamentos para hacer valer la Ley de Sanidad de Alimentos a fin de dar cabida a la tendencia internacional en etiquetado con respecto a las fechas de expiración de los productos alimenticios. Como resultado, las fechas de “es mejor si se consume para” o “fresco hasta” se están utilizando en lugar de las fechas de fabricación (o fechas de importación para los productos importados).

3.4.3 LEY DE NORMAS AGRÍCOLAS JAPONESAS O LEY JAS

A fin de ayudar a los consumidores a seleccionar productos, el sistema para etiquetar y calificar la calidad de los productos agrícolas y forestales se modificó en mayo de 1970 para cubrir una amplia gama de nuevos productos.

IMAGEN 14: LOGOTIMO DE LA MARCA JAS ORGANICA



Fuente: http://www.imo.ch/imo_regulation_organic_jas_standard_es.html (Consultado 25 de Noviembre de 12010)

"La Ley sobre la Estandarización de Productos Agrícolas y Forestales y Racionalización de las Etiquetas de Calidad" se conoce como Ley de Normas Agrícolas Japonesas, o la Ley JAS. Esta ley determina normas de calidad y establece reglas para el etiquetado de la calidad y para poner la marca JAS. La Ley se promulgó para garantizar a los consumidores que el etiquetado y la calidad se ajustan a cierta norma. Los reglamentos que rigen a productos específicos se publican periódicamente. A medida de que ha aumentado la gama de alimentos procesados, tanto importados a Japón como producidos en este país, el ámbito de cobertura de la Ley JAS y sus normas conexas se han ampliado.⁸⁶

En la actualidad, este sistema se ha convertido en la base para fortalecer la confianza del consumidor en los alimentos procesados y provee instrucciones para hacer las selecciones de los mismos.

De acuerdo con la Ley JAS, el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca toma la iniciativa para establecer las normas JAS y especificar los productos afectados por ellas. Además, otros interesados, tales como grupos de productores y consumidores, pueden solicitar también que el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca

⁸⁶ El mercado Japonés, un compendio de información para el exportador potencial. México, Japan External Trade Organization, 1996, p. 213

considere otros productos para incluirlos en la lista de productos al amparo del reglamento JAS. Siempre que se considera un nuevo producto para ser incluido, el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca recurre al Consejo de Investigación de Normas sobre Productos Agrícolas y Forestales para llevar a cabo estudios sobre la calidad de los productos alimenticios. El Ministerio considera la opinión de este consejo para tomar una decisión final e incluir al producto en la lista de artículos reglamentados.

La lista de productos JAS cubre a los artículos siguientes: Bebidas, productos alimenticios procesados, aceites y grasas, así como productos agrícolas y forestales hechos de materias primas agrícolas, forestales y relacionadas con la pesca. Aunque no todos los productos están incluidos en la lista de productos de las normas JAS, la norma JAS cubre tanto a los artículos producidos localmente como a los importados.

Los fabricantes que desean poner la marca de calidad JAS en sus productos deben hacerlos evaluar por un tercero (institución de clasificación). Las evaluaciones son efectuadas por tres tipos de organizaciones:

- Organizaciones de investigación y pruebas, filiales del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca;
- Organizaciones de análisis que pertenecen a gobiernos locales; y
- Otras organizaciones de clasificación, registradas con JAS.

El uso de la marca JAS en las etiquetas es voluntario y no hay ninguna presión legal sobre los productores o vendedores al menudeo para garantizar que los productos se ajustan a las normas JAS. Sin embargo, los reglamentos que rigen al etiquetado de los productos son obligatorios para los productos especificados por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca.

Tomando en cuenta estas regulaciones, se mencionará a continuación el proceso que se sigue en Japón en la importación de alimentos en Japón.

3.5 PROCEDIMIENTO DE IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS EN JAPÓN

Aquellas personas que desean importar (para venta o uso comercial) alimentos, aditivos de alimentos, empaques, contenedores o aparatos que se usan de manera conjunta con los alimentos, deben presentar primero una "Forma de Notificación de Importación de Alimentos" (Form of Food Importation), a la Estación de Cuarentena del Ministerio de Salud y Bienestar de la aduana en los 30 principales puertos marítimos y aeropuertos en todo Japón, la cuál será revisada por dicha estación, esta forma debe ser presentada en cada ocasión de importación.

Así mismo también se debe presentar la solicitud de inspección, la cual deberá ser acompañada de un Certificado de Inspección Vegetal (Certificado Fitosanitario Internacional), el cual hace constar que el embarque de exportación fue inspeccionado y se encuentra libre de plagas agrícolas de importancia cuarentenaria.

Finalmente una vez notificadas las autoridades, los inspectores japoneses de sanidad de alimentos de la oficina de cuarentena inspeccionarán los productos con el objeto de verificar el cumplimiento de los requisitos exigidos por el Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.

La realización de pruebas o revisiones adicionales depende de los siguientes factores: violación o presunta violación a alguna de las normas, irregularidades en el historial de importación de un cargamento en particular e insuficiencia de la información sanitaria o de normas de origen. Los productos que no están en conformidad con las normas oficiales, se rechazan naturalmente en este momento. Se considera que los alimentos que se han determinado que no requieren revisión, han pasado los procedimientos de notificación de importación y pueden ahora proseguir para llevar a cabo el despacho aduanal.

Los cargamentos que violen la Ley de Sanidad de Alimentos se retienen en un almacén afianzado y, después de recibir el aviso, el importador los regresará al en el almacén afianzado. De manera simultánea, se notifica a la oficina de Aduanas que el cargamento viola la Ley de Sanidad de Alimentos y que no puede admitirse su ingreso al país.

En ocasiones debido a una comprensión inadecuada de las leyes tales como la Ley de Sanidad de Alimentos, los exportadores pueden encontrarse con que se prohíbe la entrada de sus productos al país. Lo anterior puede ocasionar una gran pérdida económica y dar origen a quejas de prácticas comerciales injustas. Por este motivo, se ofrecen las siguientes recomendaciones con la esperanza de que se eviten dichas dificultades:⁸⁷

- Los materiales de empaque y deben estar hechos con materiales y por métodos que se ajusten a los requisitos de la Ley de Sanidad de Alimentos en Japón.
- Deben anexarse todos los certificados de salud expedidos por la autoridad reglamentadora del país de exportación.
- Además, los informes de los resultados de las inspecciones, expedidos por organizaciones de inspección oficiales de otros países, que están registradas ante el Ministerio de Salud y Asistencia japonés, se aceptan en las estaciones de cuarentena en Japón. Sin embargo, lo anterior no incluye a los certificados de inspección con respecto a los análisis para determinar la presencia de bacterias u otras sustancias, cuya condición sanitaria pueda haber cambiado con el transcurso del tiempo.
- Después de que los productos importados llegan a Japón, el importador debe revisarlos una vez más para determinar si cumplen con los requisitos legales japoneses. Como preparación final, el importador debe confirmar que está en posesión de todas las pruebas y documentación necesarias que indiquen que sus productos cumplen con los requisitos anteriores, de manera que los procedimientos de importación puedan expeditarse de manera significativa.
- Cuando se importan productos alimenticios a Japón, hay varias maneras de simplificar y acelerar los procedimientos de importación. Primero, debe presentarse la notificación con anterioridad a cada importación. El anterior recibe el nombre de sistema de "notificación previa". El segundo método se emplea con relación a los productos que cumplen con ciertas condiciones y que se transportan a Japón en un

⁸⁷ Guía para exportar a Japón. Disponible en:
<http://cendoc.esan.edu.pe/paginas/infoalerta/Agroexportacion/textocompleto/japon.pdf> (Consultado el 31 de Julio del 2009)

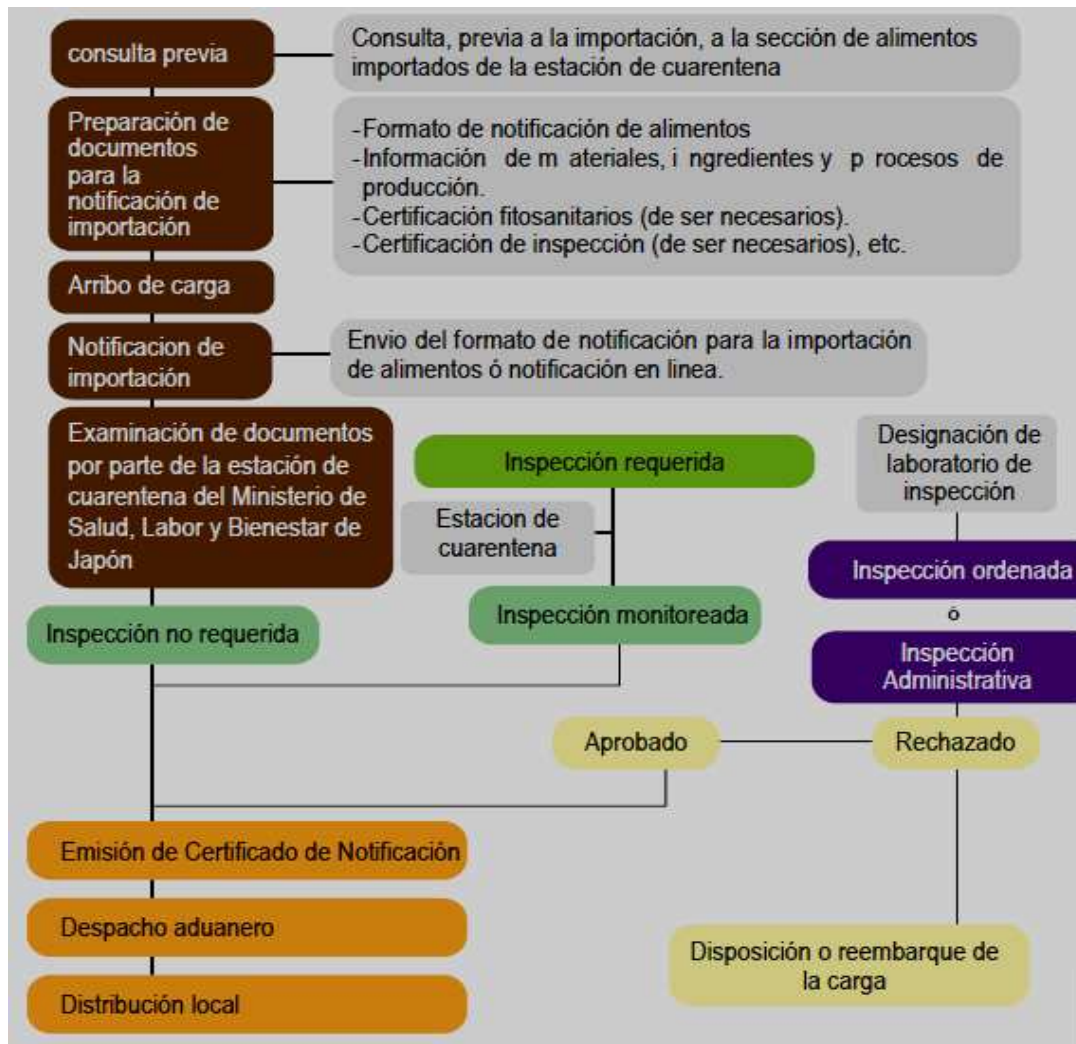
plan de importación. En principio, cuando se incluye la declaración de la importación como parte de la forma de notificación de importación presentada en el momento de la primera importación, pueden omitirse las formas de notificación de importación para importaciones futuras del mismo producto, durante el período de importación planeada. Lo anterior se denomina sistema de "importación planeada".

- Por último, debido a que la Ley de Sanidad de Alimentos se aplica tanto a los alimentos locales como a los importados, es necesaria la debida comprensión de los sistemas administrativos de la sanidad de alimentos para llevar a cabo, actividades comerciales con éxito en Japón. Los reglamentos que cubren a la sanidad de los alimentos son numerosos y complicados. Incluyen las leyes, así como a disposiciones legales de los gabinetes y ministerios, con base en las cuales se expiden también notificaciones y directivas adicionales. Sería difícil entender todos los reglamentos relacionados con los productos alimenticios. Sin embargo, los exportadores deben familiarizarse con todos los requisitos pertinentes que se refieren a los productos alimenticios en particular aquellos que tienen la intención de exportar a Japón.

A continuación se presenta de manera gráfica el procedimiento para la importación de alimentos en Japón;

GRÁFICO 3.3

PROCEDIMIENTO DE IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS EN JAPÓN



Fuente: Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a Japón Disponible: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_japon.pdf (Consultado el 25 de Noviembre del 2010)

Cabe mencionar que el sistema de "confirmación previa para los alimentos importados" se puso en práctica a partir de marzo de 1994 con la finalidad de simplificar los procedimientos de inspección en el momento de la importación.

En cuanto a las empresas, si bien es cierto que están controladas por las grandes transnacionales, no debemos dejar a un lado que se puede realizar negocios con ellas en sus oficinas en Japón, así mismo existen también otras empresas en Japón que importan plátano orgánico, es decir, que se produce la fruta sin necesidad de utilizar fertilizantes químicos, para ambos casos se menciona al final de esta investigación

una lista con los datos de las principales empresas importadoras. (Ver Anexo 1: Directorio de Empresas Importadoras de Plátano en Japón)

A lo largo de este capítulo se detallaron las principales características de nuestro mercado meta y las regulaciones que se tienen que cumplir para el ingreso del plátano. No hay que olvidar que éste país es uno de los más exigentes en el cumplimiento de su normativa y también en la calidad de sus productos, así como en los tiempos de entrega, por lo que es aconsejable tomar en cuenta las medidas antes mencionadas para agilizar la importación de los productos y con ello ingresar con éxito a este país.

CAPÍTULO 4: MARCO LEGAL Y PROCESO DE EXPORTACIÓN

Actualmente, el mundo se encuentra inmerso en una creciente globalización, que día con día demanda un marco jurídico que brinde certeza jurídica al importador y/o exportador dentro de una relación nacional e internacional cada vez más compleja.

En el ámbito nacional este marco legal emana de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de las demás leyes que regulan el comercio exterior y en el ámbito internacional directamente de los Tratados que México ha firmado con diversos países.

En este capítulo mencionaremos las leyes que pueden ser importantes para exportar el plátano, así mismo se mencionarán los documentos que se requieren, las formas de pago más usuales y a grandes rasgos los principales pasos a seguir en el proceso de exportación.

4.1. MARCO LEGAL DEL COMERCIO EXTERIOR MEXICANO

Dentro de las leyes aplicables en materia de Comercio Exterior en México encontramos las siguientes: La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley de Comercio Exterior y su reglamento, la Ley Aduanera y su reglamento, el Código Fiscal de la Federación, la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, la Ley del Impuesto al Valor Agregado, la Ley de Sanidad Vegetal, entre otras, todas ellas se encargan de regular las operaciones de comercio en nuestro país, en este apartado se mencionarán los aspectos más relevantes de dichas leyes, los cuales serán de utilidad para este proyecto.

4.1.1 CONSTITUCIÓN POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Cabe mencionar que nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos es considerada como el marco jurídico más importante de toda la estructura jurídica nacional, esto lo podemos encontrar plasmado en el Artículo 133 Constitucional:

Esta constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados y que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del senado, serán la ley suprema de toda la unión. Los jueces de cada estado se arreglarán a dicha Constitución, Leyes y Tratados, a pesar de las disposiciones en contrario que pueda haber en las constituciones o leyes de los estados.⁸⁸

De igual forma en su Artículo 131 señala en su párrafo I la facultad de la federación de gravar las mercancías que se importen o exporten y en su párrafo II señala que el ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación expedidas por el propio Congreso.

Se deben tener en cuenta estos artículos ya que nos mencionan la importancia de dicha ley y su relación con las demás leyes aplicables en nuestro país, tal es el caso de la Ley de Comercio Exterior la cual deriva del artículo 131 Constitucional.

4.1.2 LEY DE COMERCIO EXTERIOR

Tiene por objeto regular y promover ese sector, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional o realizar cualquier otro propósito similar en beneficio del país.⁸⁹

Uno de los aspectos importantes de esta ley es su Artículo 12, donde encontramos la definición de un Arancel; “Para efectos de esta ley, los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación.”⁹⁰

Los aranceles pueden ser:

- Advalorem, cuando se expresen en términos porcentuales del valor de la aduana de la mercancía.

⁸⁸ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 4ª. Ed. México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003 p. 143.

⁸⁹ Witker Jorge y Jaramillo Gerardo. Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1991, p. 18

⁹⁰ ProMéxico. Guía Básica del Exportador. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/352/2/GuiaExportador2007.pdf> (Consultado el 11 de Diciembre del 2009)

- Específicos, cuando se expresen en términos monetarios por unidad de medida y
- Mixto, cuando se trate de una combinación de los anteriores

En su Artículo 13 se menciona que los aranceles a que se refiere el artículo anterior podrán adoptar las siguientes modalidades:

- Arancel-cupo, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías exportadas o importadas, y una tasa diferente a las exportaciones o importaciones de esas mercancías que excedan dicho monto;
- Arancel estacional, cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes períodos del año, y
- Las demás que señale el Ejecutivo Federal.

En el caso de la exportación de plátano el Arancel Advalorem en Japón es de 10-20%, así mismo existe un Arancel cupo, el cual es fijo desde la entrada en vigor del AAE México – Japón y hasta el 2015. El cupo para internar a Japón durante cada periodo anual comprende del 1 de abril al 31 de marzo de cada año y se determina de la siguiente manera:

Arancel actual 10-20 % de	Resultado de la negociación Desgravación en 10 años, con un cupo libre de arancel de 20 mil toneladas.
---------------------------------	---

Descripción/Fracciones arancelarias	Periodo 1 abril de un año- 31 marzo del siguiente año	Monto Toneladas métricas
Bananas o plátanos frescos Fracción arancelaria (Japón) 0803.00	En cada periodo anual	20,000

Fuente: Acuerdo por el que se da a conocer el cupo para internar a Japón, Bananas o Plátanos Frescos originarios de los Estados Unidos Disponible en:
<http://www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/12/1/images/A394.pdf>
(Consultado el 11 de Septiembre del 2009)

El “Acuerdo por el que se da a conocer el cupo para internar a Japón, Bananas o Plátanos frescos originarios de los Estados Unidos Mexicanos” entró en vigor el 1 de Abril de 2005 y fue modificado en Abril de 2007 concluirá su vigencia el 31 de marzo de 2015, después de esta fecha el plátano en su totalidad estará libre de arancel. A la

fecha no se ha aprovechado más que una mínima parte del cupo de exportación por lo que se debe fomentar la promoción para la exportación de plátano a este mercado.

De conformidad con el artículo 24 de la Ley de Comercio Exterior, se aplicará al cupo de exportación el procedimiento de asignación directa mediante la modalidad de *"Primero en tiempo, primero en derecho"*, podrán solicitar asignación de este cupo las personas físicas o morales establecidas en los Estados Unidos Mexicanos, y será la Secretaría de Economía (SE) quien lo asignará hasta agotar el cupo en cada periodo anual.

En cada periodo anual, la primera solicitud de asignación de cupo deberá presentarse en el formato SE-03-011-1 "Solicitud de asignación de cupo", en la ventanilla de atención al público de la Representación Federal de la SE que corresponda. La Dirección General de Comercio Exterior emitirá, en su caso, constancia de asignación dentro de los siete días hábiles siguientes a la fecha de la presentación de la solicitud. La vigencia de la constancia de asignación será al 31 de marzo de cada año.

Una vez obtenida la constancia de asignación, el beneficiario solicitará la expedición del certificado de cupo de exportación mediante la presentación del formato SE-03-013-5 "Solicitud de Certificados de cupo (Obtenido por asignación Directa)", adjuntando copia de la factura comercial y del conocimiento de embarque o carta de porte o guía aérea, según sea el caso, en la ventanilla de atención al público de la Representación Federal de la SE que corresponda, la cual emitirá el certificado de cupo dentro de los siete días hábiles siguientes a la presentación de la solicitud.

Los formatos citados, estarán a disposición de los interesados en las Representaciones Federales de la SE y en la página de Internet de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, en las siguientes direcciones electrónicas:

- Para el caso del formato SE-03-011-1 "Solicitud de asignación de cupo":
<http://www.cofemer.gob.mx/rfts/ficha.asp?homoclave=se-03-033-A>

- Para el caso del formato SE-03-013-5 “Solicitud de Certificados de cupo (Obtenido por asignación Directa)”: <http://www.cofemer.gob.mx/rfts/ficha.asp?homoclave=se-03-042-C>

A continuación se presenta la hoja de requisitos para la asignación del cupo de exportación de plátano fresco a Japón:

TABLA 4.1
HOJA DE REQUISITOS PARA LA ASIGNACIÓN DEL CUPO DE EXPORTACIÓN A JAPÓN

Bananas o plátanos frescos
Fracción arancelaria en Japón: 0803.00
Asignación Directa
Modalidad:
“Primero en tiempo, primero en derecho.”

Beneficiarios:	Personas físicas o morales establecidas en los Estados Unidos Mexicanos.	
Solicitud:	Solicitud de Asignación de Cupo (SE-03-011-1).	
	Documento	Periodicidad
Documentación soporte para la asignación del cupo	Copia de la carta intención de compra del cliente en el Japón o el contrato de compraventa de bananas o plátanos frescos.	Cada vez que solicite asignación de cupo.
Documentación soporte para la expedición del cupo	Copia de la factura comercial y del conocimiento de embarque o carta de porte o guía aérea.	Cada vez que solicite asignación de cupo.

Fuente: Acuerdo por el que se da a conocer el cupo para internar a Japón, Bananas o Plátanos Frescos, originarios de los Estados Unidos Disponible en:
<http://www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/12/1/images/A394.pdf>
(Consultado el 11 de Septiembre del 2009)

Además de esto y dando continuidad con los aranceles, los países pueden otorgar diversos tratamientos arancelarios en función del país de origen de la mercancía que llega a sus aduanas. Por ello, sus aranceles de importación pueden ser de tres formas:

- El arancel general, que se aplica a todas las mercancías originarias de los países miembros del anteriormente llamado GATT y que ahora es la Organización Mundial

de Comercio (OMC), generalmente es el tratamiento de nación más favorecida (NMF)

- El arancel de trato preferencial, el cual es producto de un convenio o tratado de tipo comercial entre los países participantes. Lógicamente este arancel es menor que el de tipo general. En este caso adquiere primordial importancia el manejo del Certificado de Origen, ya que es el instrumento legal que permite la reducción del pago de arancel.
- El arancel de tipo diferencial, el cual se aplica para sancionar determinadas mercancías que se encuentran circulando en el mercado con manipulaciones de precios u otras anomalías.⁹¹

En este caso existe tratamiento arancelario de tipo preferencial en las importaciones en Japón a raíz de la firma del Acuerdo de Asociación Económica con México.

Otro de los puntos importantes de esta ley se encuentra en su Capítulo II el cual se refiere a las regulaciones o restricciones no arancelarias y otras disposiciones para su aplicación al Comercio Exterior, las regulaciones para la exportación de plátano serán mencionadas un poco más adelante.

Así mismo existen otras leyes que junto con esta ley regulan el comercio de las mercancías, entre ellas nos toca mencionar en seguida a la ley aduanera la cual esta relacionada principalmente con el despacho de las mercancías.

4.1.3 LEY ADUANERA

La Ley Aduanera y su reglamento fueron publicados en el Diario Oficial de la Federación el 15 de Diciembre de 1995 y el 6 de junio de 1996, respectivamente, y son el instrumento legal mediante el cual la Federación regula, controla y administra las actividades de comercio exterior en su parte operativa y práctica.⁹²

La Ley Aduanera en su artículo 1º señala lo siguiente:

⁹¹ Cabeza García, Luis Z. Regulaciones, Restricciones y Requisitos al Comercio Exterior de México, México, Ediciones Fiscales ISEF, 1998, p. 14

⁹² *Ibíd.* p.24

Esta Ley, las de los Impuestos Generales de Importación y Exportación y las demás leyes y ordenamientos aplicables, regulan la entrada al territorio nacional y la salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o salida de mercancías. El Código Fiscal de la Federación se aplicará supletoriamente a lo dispuesto en esta Ley.

Párrafo reformado DOF 30-12-1996

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. Las disposiciones de las leyes señaladas en el párrafo primero se aplicarán sin perjuicio de lo dispuesto por los tratados internacionales de que México sea parte.⁹³

En esta ley se reconocen 2 tipos de exportaciones las definitivas y la temporales. Las definitivas que se definen en su artículo 102 de esta ley, como la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado, y las temporales, que se entienden como la salida de mercancías de territorio nacional a territorio extranjero por tiempo limitado y para una finalidad específica.

En el caso de la exportación de plátano, se debe aplicar el Régimen de Exportación Definitiva, tomando en cuenta que es un bien perecedero, para ello ésta Ley señala en su fracción II del artículo 36 que se debe presentar en la aduana de salida los siguientes documentos, mismos que serán explicados con detalle un poco más adelante:

- El pedimento de exportación
- La factura comercial
- Documento del medio de transporte
- Los certificados que se requieren para el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias

⁹³ Cortina Velarde, Francisco José., Ley Aduanera: análisis y comentarios. 6ª. Ed. México, Themis, 2003, p. 5

Ahora bien, tal y como se menciona en su artículo primero existe otra ley que se aplica supletoriamente a la Ley Aduanera, por lo cual es pertinente también tenerla en cuenta, nos referimos al Código Fiscal de la Federación.

4.1.4 CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN

Es un ordenamiento jurídico de observancia federal que establece conceptos y procedimientos para la obtención de ingresos fiscales. Establece la forma en que se ejecutarán las resoluciones fiscales, los recursos administrativos, indica el sistema que se deberá de seguir para resolver situaciones que se presenten ante el Tribunal Fiscal de la Federación y regula la aplicación de las leyes fiscales en caso de presentar alguna laguna o duplicidad en las mismas.

Este Código especifica en su artículo 1º. lo siguiente:

“Las personas físicas como las morales, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas. Las disposiciones de este Código se aplicarán en su defecto y sin perjuicio de lo dispuesto por los tratados internacionales de los que México sea parte. Sólo mediante ley podrá destinarse una contribución a un gasto público específico”.⁹⁴

Hace mención expresa a los tratados internacionales que México tenga firmados, quedando con ello de manifiesto la importancia que se le otorga también en este Código a dichos tratados.

Es importante mencionar también que su artículo 27 señala la obligación tanto de las personas físicas como morales de inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), el cuál se contempla en prácticamente todos los formatos que se manejan en el Comercio Exterior siendo una forma de identificación que se tiene para llevar un control de los causantes en general.

Dentro de esta ley también se establecen sanciones a las personas que omitan el pago de alguna carga fiscal o eviten el cumplimiento de algún requisito en las

⁹⁴ Código Fiscal de la Federación 2007, 23ª Ed., México, Ediciones Fiscales ISEF, 2008. p. 6

actividades de comercio exterior, por lo cual es conveniente que se preste atención a todas las leyes aquí mencionadas para no caer en alguna sanción.

Continuado con nuestro marco legal otra de las leyes que esta relacionada con las anteriores en el aspecto fiscal es la ley del IVA la cual se menciona a continuación.

4.1.5 LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)

La Ley del Impuesto al Valor Agregado es considerada como un impuesto indirecto, pues grava actos de consumo, su pago recae sobre el consumidor final, lo que establece su principal característica: es un impuesto que se traslada, su pago no es por el productor o por el distribuidor de bienes o servicios, sino que éstos lo cargan a la persona que lo consume.

Esta ley señala en su artículo 1º:

“Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

I.- Enajenen bienes.

II.- Presten servicios independientes.

III.- Otorguen el uso o goce temporal de bienes.

IV.- Importen bienes o servicios.

El impuesto se calculará aplicando los valores que señala esta Ley, la tasa del 16%. El impuesto al valor agregado en ningún caso se considerará que forma parte de dichos valores”.⁹⁵

Por lo que se refiere a las exportaciones, las empresas residentes en el país calcularán el impuesto aplicando la tasa del 0% al valor de la enajenación de los bienes o prestación de servicios, cuando unos u otros se exporten (Artículo 29 de esta Ley)

⁹⁵ Ley del Impuesto al Valor Agregado. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/77.pdf> (Consultado el 03 de Octubre del. 2009)

Cuando la exención se efectúa a la denominada “tasa cero”, además de estar exenta a la venta, se reintegra al exportador el monto total del impuesto que se hubiera abonado en las etapas previas del proceso, por la compra de insumos.⁹⁶ Es decir, el gobierno federal reembolsa (devuelve), compensa o acredita el IVA que el exportador haya pagado por la compra de insumos utilizados en la fabricación de su producto de exportación, esto con la finalidad de que los productos mexicanos exportados lleguen al mercado de destino a un precio competitivo.

Para que los exportadores puedan solicitar la devolución del IVA se requiere la siguiente documentación:

- Declaración Anual, de pagos provisionales y, en su caso de las complementarias, de dicho ejercicio en donde conste el saldo a favor solicitado
- Testimonio del acta constitutiva y un poder notarial del administrador único o del representante legal de la empresa que promueve el trámite; o fotocopia de identificación oficial, si se trata de persona física
- Solicitud de devolución a la Administración de Recaudación competente, acompañada de la documentación señalada y de la que acredite la personalidad del promovente, en su caso.⁹⁷

Debido a que el IVA es una de las contribuciones que más repercusión tiene en las finanzas de las empresas, es imprescindible que tengan un control correcto de su registro contable en su empresa.

Dando continuidad con nuestro marco legal, nos corresponde ahora hablar de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación la cual tiene entre sus funciones principales clasificar las mercancías para determinar los impuestos que se deben pagar por importar o exportar determinada mercancía.

⁹⁶ Moreno, José María. Manual del Exportador, Teoría y Práctica Exportadora, 4ª. Ed., Buenos Aires, Ediciones Macchi, 1993, p. 228

⁹⁷ Guía Básica del Exportador. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/82/1/images/GuiaBasicaDelExportador.pdf> (Consultado el 03 de Octubre del 2009)

4.1.6 LEY DE LOS IMPUESTOS GENERALES DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN

Su principal objetivo es determinar la fracción arancelaria de cada una de las mercancías que se pretendan importar o exportar.

La fracción arancelaria de una mercancía emana del Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías, que pretende una clasificación uniforme de mercancías para el comercio internacional, en donde una mercancía podrá ser clasificada y reconocida en cualquier parte del mundo sin importar el idioma en un país determinado.

Los aranceles podrán consultarse en el artículo 1º de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, en donde se encuentran identificados de conformidad con la fracción arancelaria en la que se clasifica la mercancía.

Para este caso en específico la clasificación arancelaria del plátano fresco es:

08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrinos (cítricos), melones o sandías

0803 Bananas o plátanos, frescos o secos.

080300 Bananas o plátanos, frescos o secos.

0803.0001 Bananas o plátanos, frescos o secos.⁹⁸

Esta fracción arancelaria esta libre de arancel para la Exportación, solo se deberá pagar los cargos por Derecho de Trámite Aduanero (DTA) y la Pre validación (PRV) y para el caso de la importación en Japón de igual forma estará libre de arancel el cupo negociado en el Acuerdo de Asociación Económica.

Continuamente se presentan cambios y modificaciones al artículo 1º con el objeto de poner al día los aranceles aplicables, de acuerdo con las necesidades financieras y económicas del país, por lo que es aconsejable estar pendiente en caso de que se presentará algún cambio en el arancel aplicado para su producto.

⁹⁸ Sistema de Información Arancelaria vía Internet. Disponible en: <http://www.economiasnci.gob.mx:8080/siaviWeb/fraccionAction.do?tigie=08030001> (Consultado el 11 de Diciembre del 2009)

Ahora bien existen otras leyes que de igual manera se aplican para regular el comercio de determinadas mercancías, entre ellas podemos citar la Ley General de Salud y la Ley Federal de Sanidad Vegetal que son importantes considerar para este proyecto.

4.1.7 LEY GENERAL DE SALUD.

La vinculación que esta ley tiene con el comercio internacional se da fundamentalmente en lo que concierne a la regulación sanitaria del proceso de importación y exportación de alimentos, productos de perfumería, belleza, y aseo, tabaco, medicamentos, estupefacientes y sustancias tóxicas que constituyen riesgo para la salud, así como las materias primas que intervienen en su elaboración. Fue publicada en el D.O.F. el 7 de febrero de 1984.

La Secretaría de Salud es la encargada del control sanitario de los productos y materias primas de importación y exportación, pudiendo identificar, comprobar, certificar y vigilar, en el ámbito nacional, la calidad sanitaria de los productos de importación y exportación.

De acuerdo a su artículo 287 brinda apoyo a las exportaciones mediante la certificación de productos o procesos de alimentos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos de perfumería, que hayan cumplido con sus disposiciones.

Para este proyecto puede ser útil un Certificado de Exportación Análisis de Producto (COFEPRIS-01-007-D) en caso de que sea requerido por su cliente en Japón, el cual su vigencia es por embarque y los resultados de laboratorio realizados a las muestras deben reflejar la inocuidad del producto. Los datos del reporte de resultados, número de acta, razón social, marca, denominación del producto y lote, deben coincidir con los plasmados en el Acta de muestreo y la solicitud, para solicitar dicho documento se debe acudir a la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER) más cercana a su localidad.

Finalmente mencionaremos la Ley Federal de Sanidad Vegetal, la cual se le debe prestar especial atención para la exportación del plátano.

4.1.8 LEY FEDERAL DE SANIDAD VEGETAL.

Esta ley tiene por objeto regular y promover la sanidad vegetal (artículo 1º. LFSV). La aplicación de esta Ley corresponde al ejecutivo federal por medio de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, quien es la encargada de promover y vigilar la observancia de las disposiciones fitosanitarias.⁹⁹

Fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de Enero de 1994. Quienes pretendan exportar vegetales, productos o subproductos que impliquen un riesgo fitosanitario, deberán en el punto de entrada el cumplimiento de la norma oficial aplicable para solicitar el Certificado Fitosanitario respectivo.

Para la exportación de plátano a nuestro mercado meta debemos de cumplir con la expedición del Certificado Fitosanitario para poder comprobar que nuestro producto cumple con la calidad exigida.

Así mismo, cabe mencionar que esta ley sirve de fundamento junto con la Norma Oficial Mexicana NOM-068-FITO-200 para la creación de la Campaña contra el Moko del Plátano, a través de la cual se establecen las medidas fitosanitarias para combatir esta enfermedad y evitar su diseminación. La campaña se lleva a cabo en los estados de Tabasco y Chiapas, los cuales son los estados en donde se tiene reportada la presencia del Moko del Plátano, Por otro lado, se lleva a cabo vigilancia epidemiológica fitosanitaria en los estados de Colima, Guerrero, Jalisco, Mechoacán, Puebla y Veracruz para detectar y controlar oportunamente cualquier foco de infestación que pudiera presentarse.

Una vez que ya se tienen presentes cuales son las leyes se deben tener en cuenta para este proyecto se mencionarán en seguida los trámites que se deben de cumplir y los documentos que se requieren para la exportación.

⁹⁹ Las fuentes Jurídicas Internas. Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2539/10.pdf> (Consultado el 03 de Octubre del 2010)

4.2 TRÁMITES Y DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PLATANO

En este apartado nos referiremos a los trámites o requisitos que se necesitan cumplir y a los documentos que se deben presentar para poder proceder con el proceso de exportación.

4.2.1 TRÁMITES

Existen algunos trámites que debe realizar el exportador en México antes de iniciar una operación de Exportación.

Como primer punto debemos mencionar que el exportador debe inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC). Para inscribirse en el RFC como persona moral usted necesita iniciar su trámite a través de Internet y concluirlo en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud.

Para acudir a la Administración Local se le recomienda concertar una cita y llevar los siguientes documentos en original:

- Copia certificada del documento constitutivo debidamente protocolizado
- Comprobante de domicilio
- Identificación personal
- Número de folio asignado que se le proporcionó al realizar el envío de su preinscripción
- En su caso, copia certificada del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público.

Otro de los trámites que se debe realizar es dar de alta a un Agente Aduanal para que a través de él se pueda realizar el despacho de la mercancía. La figura del Agente Aduanal se define en el artículo 19 de la Ley Aduanera como: “la persona física autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mediante una Patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes

regímenes aduaneros previstos en esta ley.”¹⁰⁰ Puede consultar a la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM) y elegir cualquiera que este autorizado para realizar operaciones en la aduana de su elección.

Para los efectos de lo dispuesto en el artículo 59, fracción III de la Ley Aduanera, los contribuyentes deberán presentar ante la Administración General de Aduanas (AGA) el documento mediante el que se confiere el Encargo a los agentes aduanales para que actúen como sus consignatarios o mandatarios y puedan realizar sus operaciones, utilizando el formato denominado “Encargo conferido al agente aduanal para realizar operaciones de comercio exterior o la revocación del mismo”. (Ver Anexo 2: Formato de llenado del Encargo conferido).

Este trámite también es conocido en algunos casos como Carta de Encomienda, sin embargo, es importante señalar las diferencias que existen entre la Carta de Encomienda y el Encargo Conferido, esto con el fin de que las personas que realicen operaciones de comercio exterior, tengan mayor seguridad jurídica; por un lado, por medio de la Carta de Encomienda se detallan en forma clara al Agente Aduanal, las instrucciones de la mercancía, el régimen a destinar, los valores y demás documentos anexos que necesita saber para realizar el despacho, para ello es recomendable que se le entregue una carta por cada operación y se debe conservar el acuse de recibo, para el caso de que exista algún tipo de aclaración en el futuro; a diferencia del anterior documento, el Encargo Conferido es el formato por medio del cual se registra o revoca ante la Administración General de Aduanas (AGA), a los agentes aduanales, para que realicen sus operaciones de comercio exterior.

Una vez realizados dichos trámites corresponde tener en cuenta los documentos que se necesitan durante el proceso de exportación.

¹⁰⁰ Artículo 159 de la Ley Aduanera. Disponible en: <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/11/190.htm?s=> (Consultado el 03 de Octubre del 2010)

4.2.2 DOCUMENTOS

Existen una serie de documentos que se manejan en el comercio internacional de mercancías algunos son muy generales y otros dependen de la mercancía y el tipo de transporte que se utilice para el envío de las mismas, a continuación se mencionarán los documentos que se requieren para la exportación de éste producto.

4.2.2.1 CARTA DE INSTRUCCIONES O DE ENCOMIENDA

La Carta de Encomienda es el documento en el cual el exportador proporciona la información a sus respectivos agentes aduanales con el fin de que procedan a realizar en su nombre la tramitación necesaria para desaduanizar la mercancía en la aduana de salida.

Así mismo manifiesta que son responsabilidad del exportador; los datos correspondientes a cantidad, descripción, composición y al valor de toda(s) la(s) mercancías que le encomienda al A.A. para su despacho aduanero; así como el pago en su totalidad de los importes que se generen por concepto de impuestos y honorarios. Este documento se requiere que se envíe el original al Agente Aduanal el cual puede tener una vigencia específica o indefinida, se requiere que se imprima en hoja membretada de la empresa y que este firmado por el representante legal, se adjunta en el apartado de anexos (Anexo 3) un Formato de Carta Encomienda.

La Carta de instrucciones, son Instrucciones escritas efectuadas al agente aduanal donde se indican las características de la operación tales como régimen, valoración, entrega y situaciones especiales sobre las importaciones y exportaciones del contribuyente.¹⁰¹

4.2.2.2 FACTURA PROFORMA

Es confeccionada por el exportador a objeto que el importador tenga información clara, precisa y confirmada de la operación a concretarse, en todos sus

¹⁰¹ Grupo Gerez Agencias Aduanales. Disponible en: <http://www.grupogerez.com/preguntas.php>
(Consultado 04 de Marzo del 2013)

términos. Debe contener el detalle de las mercaderías objeto de la transacción, en cuanto a su especificación, calidad, cantidad, precio unitario y total, forma de pago, plazo de entrega, forma de facturación (FOB, CIF, etc.) origen de la mercadería, puntos de embarque y destino, embalaje, marcas, etcétera de cómo se enviará la mercadería y los demás aspectos vinculados con la instrumentación de la operación.¹⁰²

Se trata en realidad de un presupuesto sobre una operación en gestión, la cual para distinguirla de la factura definitiva debe indicarse claramente la palabra “proforma” en el encabezado y no va numerada ni firmada, dicho documento no es obligatorio, pero puede ayudar a tener una información más clara de la operación si así se requiere.

4.2.2.3 FACTURA COMERCIAL (COMMERCIAL INVOICE)

Es aquella que es expedida por el exportador-vendedor al comprador o importador y es normalmente usada por los entes aduaneros para determinar el exacto valor de las mercaderías y para preparar la documentación consular.¹⁰³

Debe contener sin excepción los datos del comprador, del vendedor, los detalles técnicos de la mercancía, indicación de la unidad de medida y cantidad de unidades que se están facturando, precios unitarios y totales, se aconseja especificar el incoterm, peso bruto y neto, medidas y/o volumen, marcas y número de bultos. No existe un formato único, pero en los anexos se presenta un formato que puede ser de utilidad. (Ver Anexo 4: Formato de Factura Comercial).

4.2.2.4 LISTA DE EMPAQUE (PACKING LIST)

La elabora el exportador en donde detalla el contenido de los embalajes embarcados en una operación, lo cual facilita la identificación y ubicación de las mercancías en sus embalajes, este documento es imprescindible para efectuar el despacho de la mercancía.

¹⁰² Moreno, José María. Op. Cit. p. 137

¹⁰³ Ledesma, Carlos Alberto. Op. Cit, p. 157

La lista de empaque (“Packing List”), es un documento que permite al exportador, transportista, compañía de seguros, aduana y al comprador, identificar el contenido y tipo de cada bulto (caja, atado, tambor, etc.), en donde se encuentran contenidas las mercancías para su transporte; por ello debe realizarse una lista de empaque metódica que coincida con la factura, lo cual significa para el exportador que durante el transporte de sus mercancías dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo, ya que, en caso de percance, se podrán hacer las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros u otras.¹⁰⁴

4.2.2.5 PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN

Quienes exporten mercancías están obligados a presentar ante la aduana, por conducto de un agente aduanal o de un apoderado aduanal, un pedimento (Artículo 36 primer párrafo, fracción II, de la Ley Aduanera), que deberá incluir la firma electrónica que demuestre el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias a que se encuentren sujetas las mercancías.¹⁰⁵

El pedimento es un documento irremplazable del que solo puede emitirse un original. Una empresa que no guarde en sus expedientes los originales de sus pedimentos puede verse en serios problemas con las autoridades fiscales para probar que no ha cometido faltas o delitos referentes a la entrada o salida de mercancías en el país, por ello es importante que se conserve este documento al menos por 10 años.

Tanto la agencia aduanal como la aduana no están exentas de cometer errores, por lo que el exportador debe siempre de revisar sus pedimentos de exportación antes de que sean validados.

Los aspectos más importantes a verificar en un pedimento son los siguientes:

- Datos del exportador y los del importador completos y correctos

¹⁰⁴ Guía Básica del Exportador. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/352/2/GuiaExportador2007.pdf> (Consultado el 11 de Diciembre del 2009)

¹⁰⁵ *Ibidem*.

- La fracción arancelaria asentada en el pedimento debe corresponder a la descripción del producto, a la asentada en el resto de los documentos y a la que el agente aduanal señaló
- La clave de operación debe corresponder al régimen de exportación solicitada; para operaciones definitivas la clave de pedimento es “A1” Régimen EXD
- El cobro de impuestos o derechos debe hacerse de acuerdo al tipo de cambio asentado en el pedimento
- La descripción de los bienes debe ser igual a la asentada en el resto de los documentos, especialmente en la factura y en la lista de empaque
- Las cantidades, pesos o volúmenes coincidan con los datos asentados en el resto de los documentos, especialmente en la factura y en la lista de empaque
- La unidad de medida, se especifica si se trata de piezas, juegos, kilogramos, metros cúbicos, litros, etc. En el sistema métrico decimal la unidad de medida debe ser la misma que la señalada en la TIGIE, en el caso del plátano la Clave debe ser 1 correspondiente a Kilos.
- El pedimento debe estar firmado por el agente aduanal
- El pedimento debe estar sellado y firmado por la aduana de salida

El pedimento de exportación permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la SHCP para los efectos fiscales que correspondan (devolución o acreditamiento de contribuciones e IVA, principalmente).

Por otro lado, en el caso de la documentación relativa a la mercancía, principalmente se trata de certificados que se requieren de acuerdo al tipo de bien que se maneje, los más habituales que suelen utilizarse en el comercio internacional son; el certificado de origen, calidad, sanitarios, peso, inspección, dada su función pueden ser emitidos por autoridades oficiales o sus delegados, o bien, por entidades privadas de control, en este caso se requieren los siguientes certificados:

4.2.2.6 CERTIFICADO DE ORIGEN

Demuestran a las autoridades aduaneras del país importador el origen de la mercadería importada los efectos de acogerla al régimen previsto de desgravación

arancelaria.¹⁰⁶ Es el documento en virtud del cual una Cámara de Comercio o la Cámara de Exportadores certifica que las mercaderías a ser despachadas y detalladas en el mismo son originarias del país exportador.

Dependiendo del tipo de Certificado de Origen, el documento original es elaborado por el productor o exportador o bien podrá ser Certificado por la Secretaría de Economía, previa elaboración de un cuestionario requisitado por el productor o exportador del bien.¹⁰⁷

Para la exportación del plátano se requiere del Certificado de Origen. (Ver Anexo 5: Formato de llenado para el Certificado de Origen).

4.2.2.7 CERTIFICADO FITOSANITARIO INTERNACIONAL

Se aplica generalmente para mercancías de uso o consumo humano, emitidas por una autoridad reconocida, la cuál confirma que las mercancías consignadas en el no están afectadas por ninguna enfermedad o insectos nocivos, en el caso de alimentos, y que han sido elaborados de conformidad con las normas prescriptas.

La Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) exige a sus partes contratantes la expedición del Certificado Fitosanitario Internacional, cuya finalidad es certificar el cumplimiento de los requisitos o reglamentaciones fitosanitarias de las partes contratantes. Para ello, establece que la inspección y otras actividades relacionadas con ella, que conduzcan a la emisión del Certificado Fitosanitario Internacional (CFI) serán efectuadas solamente por la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria; en el caso específico de México es la Dirección General de Sanidad Vegetal, dependiente del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, Órgano desconcentrado de la SAGARPA, misma que delega esta función a las Delegaciones Estatales de la SAGARPA.¹⁰⁸

¹⁰⁶ Ledesma, Carlos Alberto. Op. Cit., p. 165

¹⁰⁷ Documentos, Trámites y Dependencias para la exportación. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/269/3/Exportacion/Operaciones.htm> (Consultado el 11 de Diciembre del 2010)

¹⁰⁸ Servicio Nacional de Sanidad Inocuidad y Calidad Agroalimentaria. Del Certificado Fitosanitario Internacional. <http://www.senasica.gob.mx/?id=669> (Consultado 11 de Diciembre del 2010)

Este documento, extendido, firmado y sellado por el profesional de la entidad sanitaria competente, se deja constancia que el producto a exportar esta libre de enfermedades infecciosas, gérmenes, virus, etcétera, que puede afectar su calidad.¹⁰⁹ La exportación de plátano fresco debe cumplir con este documento.

Además de estos, para la exportación de plátano a Japón es importante no olvidar anexar la Hoja de solicitud de Cupo y si fuera el caso el Certificado de Exportación Análisis de Producto, los cuales ya se mencionaron anteriormente.

4.2.2.8 DOCUMENTOS RELATIVOS AL TRANSPORTE

Es el documento expedido por la empresa transportista que hace constancia que la mercancía se ha embarcado o se embarcará a un destino determinado y asimismo, de la condición en que se encuentra. El transportista es responsable del envío y de la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas.¹¹⁰

Dependiendo del tipo de tráfico y del medio de transporte utilizado (marítimo, terrestre, aéreo o multimodal) por la empresa transportista, este documento se denomina:

- Conocimiento de embarque, *Bill of lading* (B/L) marítimo o fluvial.
- Guía aérea, *air way bill* (AWB)
- Conocimiento terrestre
- Carta Porte – ferroviario ¹¹¹

Como se menciona en el Capítulo anterior para envíos de grandes cantidades el transporte marítimo es el medio recomendado para la exportación de plátano a Japón, por lo que el documento para se utilizaría en este caso sería el Conocimiento de Embarque, el cual es un documento confeccionado por la compañía naviera transportadora, su agente marítimo o el capitán del barco donde consta el recibo de la mercancía para ser transportada al puerto que indica el mismo documento. ¹¹²

¹⁰⁹ Moreno, José María. Op. Cit., p. 141

¹¹⁰ Guía Básica del Exportador. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/352/2/GuiaExportador2007.pdf> (Consultado el 11 de Diciembre del 2009)

¹¹¹ Ledesma, Carlos Alberto. Op. Cit., p. 153

¹¹² Moreno, José María. Op Cit., p. 142

El exportador debe prestar especial atención en cumplir con todos los documentos antes mencionados, lo que le ayudará a no tener problemas para el envío de su mercancía. Por otro lado, existen una serie de regulaciones o restricciones no arancelarias que se deben considerar para el correcto manejo de este producto, las cuales se mencionarán a continuación.

4.3 REGULACIONES Y RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS

Podemos decir que una restricción es una herramienta legal mediante la cual el gobierno de un país establece limitaciones para la entrada y salida de mercancías, sujetándolas al cumplimiento de una determinada condición, considerada necesaria en función a la regulación de su mercado interno, para el caso de importaciones y de cuidado y control de imagen, calidad, normas y demás aspectos en lo que se refiere a las exportaciones.¹¹³

Dentro de las regulaciones o restricciones no arancelarias para la exportación de plátano a Japón encontramos las siguientes:

Regulaciones de empaque y embalaje

Se deben considerar las características del producto a exportar para la correcta elección del empaque y embalaje. El plátano se empaqueta en forma de manos. Si se cumple con el tamaño mínimo por dedo y número de dedos por mano, no se requiere la clasificación de manos por tamaño en cada caja. Dentro de cajas de cartón, la forma de ordenar las manos es muy importante. Las manos en la parte inferior del tallo se colocan en el centro y se cruzan con las manos subsiguientes; las coronas se posicionan hacia abajo (orientadas hacia la base de la caja). Para el empaque de la fruta se utilizan cajas de cartón (fondo + tapa + cartulina). Las cajas de cartón tienen una serie de orificios estratégicamente ubicados a fin de facilitar la circulación de aire frío en los contenedores, las cajas de banano son aceptables, pero se debe incluir un divisor vertical para mejorar la resistencia de la caja e incrementar la protección de la fruta.

¹¹³ Cabeza García, Luis Z., Op. Cit., p. 17

Las cajas de cartón utilizadas deben cumplir con los siguientes criterios de calidad:

- Cajas de cartón triple corrugado de 18.3 kg. Incluye una lámina de papel kraft y una funda de polietileno.
- Cajas de cartón de tipo telescópico con un peso aproximado de 18 kg (40 lb) o 12 kg (26 lb) o en platos de 15 kg (este tipo se reserva para la categoría extra)

114

Calibre	Mínimo	Máximo
Diámetro (grados)*	46 grados	
Longitud (pulgadas)**	11"	

El plátano pierde peso durante el transporte, y es por esto que se empaca un 5% de fruta adicional. Se utilizan cajas de cartón con base doble, que tengan una resistencia contra golpes de 275 lb/2.5 cm². El tamaño de la caja debe ser de 20x51x34 cm. de dimensiones.¹¹⁵

IMAGEN 15: EMPAQUE DEL PLÁTANO



Fuente: Empaque del plátano. Disponible en: <http://www.abmnegocios.com/Exportacion.html>

(Consultado el 20 de Noviembre del 2009)

El embalaje recubre y protege el producto ya envasado y envuelto con la finalidad de permitir su manipuleo sin mayores riesgos de que se deteriore el envase y su contenido.¹¹⁶

¹¹⁴ Sistema Integrado de información de Comercio Exterior. *Plátano Orgánico*, Disponible en: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/banano1.pdf> (Consultado el 20 de Febrero del 2010)

¹¹⁵ *Guía práctica para la exportación de plátano a EE.UU.* Disponible en: http://www.iica.int.ni/GuiasTecnicas/Cultivo_Plátano.pdf (Consultado el 20 de Noviembre del 2009)

¹¹⁶ Moreno, José María. Op. Cit. p. 381

Marcado de país de origen

Además de esto, con el objeto de reconocer los bultos y dirigirlos correctamente a su destino, sin confusiones, es importante e imprescindible una buena marcación de esos bultos si deben entrar en al corriente del tráfico internacional.¹¹⁷ Las marcas pueden ser: obligatorias o facultativas.

- Obligatorias. La más generalizada es la que indica el lugar de producción o fabricación de la mercancía y se escribe con la expresión: “made in... (país)”.

En este sentido, para productos de exportación a Japón, como es el caso del plátano, el marcado de país de origen podrá ir impreso en el empaque con la leyenda “Hecho en México”, en el idioma japonés (“メキシコ製”).

- Facultativas. Pueden citarse las expresiones que se escriben en los bultos para su correcta identificación y modo de manipularlos o para señalar aspectos del producto, tales como: frágil, país de destino, peso bruto, etc., se aconseja utilizar dichas expresiones en idioma japonés o en su caso en idioma inglés, deber ser claros, grandes, gruesos y utilizar tinta indeleble.

Regulaciones sanitarias

Otra regulación no arancelaria que ha cobrado gran importancia en el comercio exterior de mercancías, son las regulaciones sanitarias, aplicables a productos agropecuarios, procesados o no. Genéricamente se les denomina fitosanitarias cuando se refieren a productos que provienen del reino vegetal.

Estas regulaciones forman parte de las medidas que la mayoría de los países han establecido a fin de proteger la vida y la salud humana, animal y vegetal, frente a riesgos como:

- La introducción y propagación de plagas y enfermedades en plantas. En el caso del plátano no se permite la introducción de esta fruta de Zonas en Cuarentena.

¹¹⁷ Ibidem. p. 381

- La presencia, en alimentos y forrajes, de aditivos contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades en su territorio.
- Las normas de calidad, son uno de los aspectos más importantes que se deben tomar en cuenta y con los que se tiene que cumplir si se quiere tener éxito en el mercado japonés.

Cabe mencionar que la Dirección General de Sanidad Vegetal recibió del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca del Japón la confirmación de los requisitos fitosanitarios que deben cumplir los embarques de plátano mexicano con destino al mercado japonés. Estos requisitos dependerán del grado de madurez del producto;

- Se permite la exportación de plátano inmaduro (verde) originario de cualquier estado de la República Mexicana, amparado el embarque con un Certificado Fitosanitario Internacional (CFI)
- Se permite la exportación de plátano maduro (amarillo) originario de cualquier estado de la República Mexicana, excepto Chiapas. Requiere Certificado Fitosanitario Internacional y deberá llevar la siguiente declaración adicional: “*Este producto no es originario del Estado de Chiapas*”. Lo anterior para prevenir la entrada de la Mosca del Mediterráneo (*Ceratitis capitata*).¹¹⁸

Regulaciones de etiquetado

Mantener la calidad de los productos significa aumentar la confiabilidad de estos, ante los consumidores. El anterior es un punto importante cuando se considera ingresar o consolidarse en el mercado japonés.

Dentro de las regulaciones de etiquetado de los alimentos encontramos que están sujetos en Japón, a la Ley JAS y a la Ley sobre Condiciones Sanitarias de los Alimentos. En total, hay en vigor 63 reglamentos técnicos basados en la Ley JAS. Se trata de normas de etiquetado de la calidad aplicables a todas las categorías de productos alimenticios elaborados, productos alimenticios frescos y productos alimenticios modificados genéticamente; normas de etiquetado de la calidad

¹¹⁸ Requisitos fitosanitarios para exportar plátano a Japón. Disponible en: <http://www.senasica.gob.mx/?idnot=174> (Consultado el 20 de Noviembre del 2011)

individual; y normas relativas a productos agrícolas orgánicos y productos alimenticios orgánicos elaborados. En Japón estas leyes son aplicables tanto a los productos producidos localmente como aquellos importados.

Con respecto a la Ley sobre Condiciones Sanitarias de los Alimentos, en las etiquetas de los productos alimenticios elaborados deben indicarse las sustancias alergénicas que puedan contener, en el caso del plátano la inclusión no es obligatoria pero si recomendada.

El Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón especifica la información mínima que debe contener la etiqueta y la adición de información adicional queda a criterio de los fabricantes, con respecto al etiquetado de alimentos, dichas etiquetas de calidad deben incluir:

- El nombre del producto,
- Las materias primas empleadas (incluyendo los aditivos en alimentos),
- Peso del contenido (en gramos),
- La fecha límite que se sugiere para consumir el producto,
- El nombre y dirección del fabricante o vendedor.
- País de origen
- Método de almacenaje
- Información sobre como consumir el producto

Todas las etiquetas y marcas requeridas deben estar naturalmente en idioma japonés, el tamaño de la letra debe ser de 8 puntos o mayor y ser de tipo gótico y en la etiqueta de los productos alimenticios frescos debe indicarse el nombre y el lugar de origen.

Ahora bien, otro punto que se debe tener presente en el proceso de exportación es la elección del Incoterm, los cuales sirven para definir y repartir las obligaciones, gastos, riesgos del transporte internacional y del seguro, entre vendedor y comprador con la finalidad de reducir la incertidumbre en transacciones comerciales.

4.4. TERMINOS DE COMERCIO INTERNACIONAL (INCOTERMS)

El objetivo principal de los INCOTERMS es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permitan acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en contratos de compraventa internacional.¹¹⁹

Con ellos, las empresas tienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes.

El conocimiento adecuado y la aplicación correcta de los Incoterms es de suma importancia para delimitar claramente las obligaciones de las partes y reducir el riesgo de complicaciones de índole legal.

La edición de los Incoterms 2010 se redujo a once, (eliminando los incoterms DDU, DAF, DES, DEQ) y se han agregado dos: DAP (Delivered at Place) y DAT (Delivered at Terminal). Para ver información completa de todos los Incoterms ver Anexo 6

Agrupados por categorías, se han establecido dos categorías de Incoterms 2010:

- *INCOTERMS "MULTIMODALES"*: EXW (Ex Work), FCA (Free Carrier), CPT (Carriage Paid to), CIP (Carriage and Insurance Paid to), DAP (Delivered at Place), DAT (Delivered at Terminal) y DDP (Delivered Duty Paid), se pueden utilizar en cualquier medio de transporte.
- *INCOTERMS "SOLO MARÍTIMOS"*: FAS (Free Alongside ship), FOB (Free on Board), CFR (Cost and Freight) y CIF (Cost Insurance and Freight). Únicamente se deben utilizar en transporte marítimo.

El incoterm se debe seleccionar de acuerdo al tipo de transporte que se utilizará y de acuerdo a las responsabilidades que asumirá cada una de las partes, eligiendo el que mejor le convenga para el envío de su producto.

¹¹⁹ Guía Básica del Exportador. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/352/2/GuiaExportador2007.pdf> (Consultado el 11 de Diciembre del 2009)

Para el inicio de la exportación de plátano podemos recomendar utilizar los Incoterm FCA ó FOB, estos se consideran términos medios y son recomendables cuando aún no se conoce el mercado.

- **FCA: Free Carrier (named place)** → ‘**franco o libre transportista (lugar convenido)**’. El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitario¹²⁰, una estación ferroviaria... (Este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen. El termino FCA es un incoterm polivalente, es decir, se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario, por carretera y en contenedores / transporte multimodal. Sin embargo, a pesar de ello en la práctica es un incoterm poco usado.
- **FOB: Free On Board (named loading port)** → ‘**franco o libre a bordo (puerto de carga convenido)**’ El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador. El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general de mercancías (bidones, bobinas, contenedores, etc.) no utilizable para granel. El incoterm FOB se utiliza exclusivamente para transporte marítimo.

Otros de los incoterms que también podrían considerarse como términos medios y que pueden emplearse en cualquier medio de transporte, pero que tienen un poco más de responsabilidades para el exportador son:

- **CPT (Carriage Paid to)** El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen.

¹²⁰ Un transitario es una persona física o jurídica (empresa) de servicios en el transporte internacional de mercancías. Es un intermediario entre el exportador (o importador) y las compañías de transporte internacional.

- CIP (Carriage and Insurance Paid to) El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino.
- CIF (Cost, Insurance and Freight) El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

Para el inicio de operaciones no se recomienda utilizar el Incoterm EXW ya que en este caso todas las responsabilidades y costos corren a cuenta del Importador, lo cual no generaría confianza en las negociaciones. Los términos DDP y DAP tampoco son muy aconsejables en el principio de las operaciones ya que las responsabilidades para el exportador son muchas, lo cual podría incurrir en dificultades ya que aún no se conoce el mercado.

Estos son los incoterms que se sugieren para la exportación de plátano, sin embargo, el vendedor y comprador son quienes deciden que tipo de Incoterm utilizar de acuerdo a las negociaciones pactadas y a las responsabilidades que pueda asumir cada una de las partes.

Estos términos de comercio también determinan la responsabilidad de contratar un seguro, el cual por lo regular es de cobertura mínima y será a cargo del importador o exportador dependiendo del tipo de incoterm utilizado, por ello a continuación se mencionarán los diferentes tipos de seguro que se pueden encontrar en el comercio exterior.

4.5. EL SEGURO

El comercio internacional implica la movilización de mercancías de un país a otro por diversos medios de transporte; por lo tanto, esto implica un nivel de riesgo sobre la integridad de los bienes exportados, debido a que son susceptibles de malos manejos y accidentes, por tal motivo, los seguros protegen al exportador de la carga económica que representaría la pérdida total o parcial de los bienes.

Los seguros son contratos que se fincan entre un individuo, este caso exportador o importador, y una organización que se compromete a resarcir los posibles daños a la mercancía relacionados con el tipo de riesgos considerados en el contrato.¹²¹

La función primordial del seguro es disminuir el riesgo de daño o pérdida del producto en cuestión. El seguro se concreta por medio de contratos mediante los cuales el asegurador, previo pago de una prima, promete rembolsar al asegurado o prestarle determinados servicios, en el caso de sufrir pérdidas accidentales previamente estipuladas, durante el plazo de duración del contrato. Los seguros se pueden contratar para un viaje específico, pero también es posible adquirir una póliza anual.

En comercio exterior, el seguro puede abarcar la mercancía, el medio de transporte, las personas, etc., y cubre situaciones o hechos eventuales que originen siniestros (pérdida, rotura, merma, contaminación, alteración, etc.), excluyéndose las pérdidas originadas por vicios ocultos de la mercancía.

Existen varios tipos de seguros, entre ellos podemos mencionar;

- El seguro de crédito interno, este plan cubre al asegurado contra la falta de pago de sus ventas a crédito en el territorio nacional.
- El seguro de crédito a la exportación, cuando el exportador no está seguro sobre la capacidad de liquidez del cliente, o existe inestabilidad económica en el país al que se desea exportar.
- El seguro de transporte de mercancías, asegura la mercancía a exportar para resarcir al asegurado por las pérdidas o los daños materiales que sufran los bienes cuando sean transportados, ya sea por un solo medio o la combinación de éstos (transporte multimodal).

En el caso de este proyecto solo nos enfocaremos en el seguro de transporte, para éste la contratación del seguro corre a cargo del exportador o del importador según las condiciones pactadas (Incoterms). Contratará normalmente el seguro, aquella parte que asuma el riesgo de pérdida de la mercancía durante el transporte, salvo que se haya pactado otra cosa. Según el medio de transporte utilizado, el seguro será de transporte marítimo, aéreo o terrestre y variarán las condiciones de contratación del

¹²¹ Lerma Kirchner, Alejandro. Comercio y Mercadotecnia Internacional. 3ª. Ed. México, Ed. Thomson, 2003, p. 373

seguro. De acuerdo a las obligaciones marcadas en los Incoterms el seguro de la mercancía corre a cargo del vendedor en los términos CIP, CIF, DAT, DAP y DDP, por lo que es importante tomarlo en cuenta en caso de elegir alguno de estos términos.

Considerando que el plátano es una mercancía perecedera durante el transporte corre el riesgo adicional de la ruptura de la cadena de frío, es decir, interrupción o variación de la misma por parte de la línea de transporte, por ello para la contratación del seguro se debe verificar si tiene esta cobertura.

Existen seguros que cubren todos los riesgos sobre la mercancía perecedera, hasta la entrega final, sin embargo, tal como su nombre lo indica estas mercancías tienen un período de "perecibilidad" y este tiempo se cumple a pesar de ofrecerle las mejores condiciones de temperatura. A este fenómeno se lo denomina: *Naturaleza propia de la cosa*. Esto no es un riesgo, sino que es algo inevitable y que fatalmente sucederá. Por lo tanto, este es un punto importante para tener en consideración, ya que la cobertura para perecederos cubre, entre otras cosas, el corte de la cadena de frío pero no la naturaleza propia de la cosa. No existe una póliza que cumpla tal eventualidad, esto implica que aunque no haya una mención específica en la póliza (tal como: "no cubre naturaleza propia de la cosa") se entiende que no lo cubrirá.

Otro fenómeno que se observa comúnmente en el transporte de mercancías perecederas, es el riesgo que corre dicha mercadería por eventuales demoras en su transporte. Ahora bien, este es un riesgo que eventualmente puede cubrirse, pero para que así sea, inexorablemente debe estar consignado en el documento del transporte. Esto es así para que el transportista principal tome los recaudos necesarios en el diligenciamiento del mismo, lamentablemente muchas veces ese tiempo legítimo afecta la calidad del producto por la naturaleza propia de la cosa.

Pasando a otro punto, nos corresponde ahora hablar del despacho aduanero, si bien es cierto este proceso lo realiza el agente aduanal, el exportador debe estar pendiente que se realice bajo las condiciones que el solicito y estar al pendiente hasta que la mercancía salga de la aduana.

4.6 DESPACHO ADUANERO DE EXPORTACIÓN

Una parte importante de la exportación es el despacho aduanero, que consiste en el conjunto de actos y formalidades que se deben realizar en la aduana, relativos a la salida de mercancías del territorio nacional.

El despacho aduanero se debe realizar por conducto de un agente aduanal o de un apoderado aduanal, quienes están legalmente autorizados para actuar a nombre del exportador. El agente aduanal es la persona facultada por la ley para realizar las acciones necesarias a nombre de quien contrata sus servicios, con el fin de que la autoridad autorice la entrada, en el caso de importaciones, o salida si se trata de exportaciones, de mercancía al o del territorio nacional. El apoderado aduanal realiza labores similares a las que desarrolla el agente aduanal, pero solo para la organización en la cual esta empleado.¹²²

A modo de síntesis, se mencionan los principales pasos del despacho aduanero de exportación.

- El exportador informa por escrito al agente aduanal el trámite de exportación que requiere, para ello elabora una carta de instrucciones o carta encomienda.
- Con base en la carta encomienda el agente aduanal formula el pedimento de exportación haciendo la clasificación arancelaria de la mercancía que desea exportar.
- El agente aduanal acude a las oficinas aduanales por donde se habrá de exportar la mercancía para tramitar la salida correspondiente, presentando la documentación necesaria.
- El oficial aduanero revisa la documentación, si hay alguna inconsistencia o error lo indicará al agente aduanal para que realice las correcciones.
- Si la documentación es correcta se accionará el semáforo fiscal para realizar inspección física de la mercancía, si esta procede y se determina si existe o no alguna inconsistencia.

¹²² Lerma Kirchner, Alejandro. Op. Cit., p. 362

- Si después de realizar la revisión física de la mercancía todo resulta correcto, la autoridad aduanera autoriza su salida y se procede a estibar los paquetes de exportación en el transporte que habrá de llevarlos a otro país.¹²³

Es importante que el exportador este pendiente del proceso para confirmar que todo esta bien con su mercancía y que saldrá de acuerdo al itinerario acordado, ya que en caso de que exista algún contratiempo debe tenerlo en cuenta para notificar a su cliente en destino.

Una vez explicado el proceso para el envío de la mercancía, es conveniente mencionar uno de los puntos más importantes para la empresa, nos referimos a la Forma de Pago la cual debe ser pactada de acuerdo a las necesidades del vendedor y el comprador la cual se sugiere quede bien pactada en un contrato de compra venta.

4.7 FORMAS DE PAGO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

La forma de pago es uno de los aspectos más importantes en las operaciones internacionales, existen varias formas para realizar o recibir los pagos en el comercio internacional en forma muy general por su Nivel de Seguridad, encontramos las siguientes:

- Bajo: Aquí entran el Cheque y el Giro Bancario
- Medio: Encontramos la Orden de Pago y la Cobranza bancaria internacional
- Alto: Se encuentra la Carta de Crédito

El cheque y el giro bancario son las menos confiables cuando apenas se empiezan operaciones con un cliente, ya que aún no se conoce el grado de confiabilidad.

Para utilizar la orden de pago el comprador debe tener una cuenta de banco para que la cantidad a pagar se abone directamente a ésta cuenta, generalmente se pedirá al exportador una prueba de que la mercancía ha ido embarcada para darle el pago, ya que no existen ordenes de pago condicionadas, por lo tanto, es recomendable que se utilice solo cuando hay confianza entre las partes. En el caso de la cobranza bancaria internacional es un servicio que ofrecen los bancos para tramitar el cobro de la operación a nombre del vendedor, por lo que el vendedor debe acudir al banco para

¹²³ *Ibidem.* p. 363

informarle que trámites debe realizar, estas ordenes deben ser muy exactas, por lo que los bancos cuentan con formatos que el solicitante debe llenar. Estas modalidades son usadas en el comercio internacional cuando ya se han tenido varias negociaciones con un cliente y se tiene la confianza en su promesa de pago.

De ellas, la carta de crédito es la que sin duda brinda la mayor seguridad tanto al exportador como al importador, por lo tanto es la que se recomienda utilizar al momento de iniciar una negociación en la exportación de plátano.

La Carta de Crédito es un instrumento de pago más socorrido, ya que de alguna forma y hasta cierto punto asegura el cumplimiento de las obligaciones de ambos al pasar la obligación de pago a la institución bancaria del importador, la cual “se entiende con la institución bancaria del exportador.”¹²⁴

A continuación se mencionan las principales modalidades de las Cartas de Crédito, las cuales serán elegidas de acuerdo a las necesidades tanto del exportador como del importador.

Modalidades de las Cartas de Crédito:

- Por la facilidad de Modificar / Cancelar en: Revocables e Irrevocables
- Por su compromiso de pago en: Notificada / Avisada y Confirmada
- Por disponibilidad de pago en: Pago a la vista, pago diferido o Aceptación
- Por negociación o distribución geográfica en: Importación, Exportación y Domestica.¹²⁵

De estas modalidades en la Revocable, el banco emisor puede en cualquier momento modificar o cancelar la carta de crédito sin que sea necesario avisar en forma anticipada al beneficiario, por lo que no generaría mucha confianza al importador. En cambio la Irrevocable tiene como característica principal que el banco emisor se compromete en forma total a pagar, aceptar o cumplir con los plazos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con todos los términos y condiciones, la única forma de modificar sus términos y condiciones es cuando

¹²⁴ *Ibidem*, p. 371

¹²⁵ La Domestica es entre 2 ciudades de un mismo país.

todas las partes que intervienen en la operación expresen su consentimiento para este efecto.

La Modalidad de Notificada o Avisada, es aquella donde el único banco que se compromete a pagar es el banco emisor y la Confirmada en donde se proporciona la seguridad absoluta en el pago. En lo que se refiere a su disponibilidad de pago, todos los créditos deben indicar si se utilizan para pago a la vista, pago diferido, aceptación o negociación. Una gran cantidad de cartas de crédito se clasifican como “a la vista” lo cual significa que el beneficiario obtendrá el pago correspondiente tan pronto como presente la documentación en orden y el banco pagador la haya revisado a su entera disposición.

En la instrumentación de la carta de crédito se tienen los siguientes participantes:

- Exportador o vendedor. Su intervención se inicia una vez que se ha formalizado una operación de compraventa y se han establecido los términos y las condiciones de la carta de crédito. Al momento de recibir por parte de un Banco notificador o confirmador la carta de crédito a su favor, el exportador tendrá que embarcar las mercancías de acuerdo con lo convenido. También se le conoce como el beneficiario de la carta de crédito, toda vez que él recibirá el pago pactado.
- Importador o comprador. Es quien inicia los trámites para establecer, a través de un Banco emisor, la carta de crédito; se le conoce también como el ordenante, ya que es quien solicita en primera instancia la apertura de una carta de crédito.
- Banco emisor. Es el que emite o abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones de su cliente, es decir, del comprador (importador).
- Banco intermediario. Se le dan distintos nombres dependiendo del papel que juegue: banco notificador (si únicamente avisa la carta de crédito) y banco confirmador (si agrega su confirmación de la carta de crédito a su cliente). Asimismo, representa el banco del exportador.¹²⁶

Si se opta por utilizar una Carta de Crédito, se recomienda que se haga una carta de crédito irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los

¹²⁶ ProMéxico. Guía Básica del Exportador. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/352/2/GuiaExportador2007.pdf> (Consultado el 06 de Enero de 2013)

documentos respectivos, con la finalidad de asegurar el pago oportuno de la mercancía, en este caso los principales bancos que pueden fungir en Japón como emisores son: el Banco de America N.A. Tokio, BBVA Tokio y Banco de Tokio-Mitsubishi UFJ.

Existe también la forma de pago anticipado es un sistema que permite al vendedor recibir el pago de la mercancía antes a que esta llegue a manos del comprador, por lo tanto el fabricante podrá cubrir los gastos que se le presenten al despachar la mercancía, aunque este sistema no es muy conveniente cuando se va a comenzar una relación comercial, puesto que representa un alto riesgo para el comprador, por eso se aconseja que se adopte esta modalidad solo en casos muy específicos, o bien, optar por requerir un anticipo del 50% antes de embarcar la mercancía y el otro 50% al momento de que el comprador reciba la mercancía.

La selección de la forma de pago puede irse ajustando por el mayor o menor nivel de experiencia y confianza que, de manera recíproca se van teniendo vendedor y comprador y, por lo tanto, conocen su seriedad en el cumplimiento de sus compromisos, por su solvencia moral y económica, así como por las condiciones en que se pacte la operación.

Se debe considerar que una exportación es exitosa cuando se cierra el círculo entre entrega de la mercancía y el pago del importe de la misma, de aquí la importancia de seleccionar adecuadamente la forma de pago para evitar algún problema en el envío o en la recepción de la mercancía, dicho punto deberá quedar asentado al momento de realizar un contrato de compra-venta.

Finalmente en el siguiente capítulo se mencionarán los principales programas que existen para ayudar en el fomento, promoción y financiamiento de las exportaciones.

CAPITULO 5: FOMENTO, PROMOCIÓN Y FINANCIAMIENTO A LAS EXPORTACIONES EN MÉXICO

Ante la competencia por los mercados globales, es fundamental dotar a las empresas mexicanas de todos los apoyos posibles, que les permitan posicionar con éxito sus mercancías y servicios en el ámbito del comercio internacional.

Existen una serie de programas que pueden servir de apoyo a las empresas, por ello es importante que el exportador pueda identificar aquellas instituciones tanto públicas como privadas a las cuales puede acudir para solicitar algún apoyo y con ello impulsar sus exportaciones.

5.1 PROGRAMAS DE APOYO A LAS EXPORTACIONES DE LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA (SE)

La SE cuenta con una gran variedad de programas, en este caso solo se mencionarán algunos de ellos, los cuales pueden ser útiles para este proyecto. Mencionaremos los apoyos a la exportación que se dan a través de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, los cuales se integran en el Programa de Oferta Exportable PYME, teniendo como objetivo impulsar y facilitar la incorporación y permanencia de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) a la actividad exportadora, desde un enfoque de corto y mediano plazo de internacionalización de las empresas mexicanas.

Los requisitos generales y específicos para acceder a algunos de los diferentes programas que se mencionarán en este apartado se encontrarán al final en el Anexo 7.

Para el cumplimiento de éste objetivo, el ***Programa de Oferta Exportable PYME*** cuenta con las siguientes herramientas de apoyo en materia de exportaciones:

- **Programa de Centros Pymexporta.**

Organismos que conjugan esfuerzos federales, estatales y municipales, así como del sector empresarial y educativo, con el objetivo de apoyar a las MIPyMES

competitivas que tengan interés en iniciar, incrementar y/o diversificar sus exportaciones.

Ofrecen capacitación al exportador, promoción en mercados internacionales, asesoría en materia aduanera en México, información de mercados y disposiciones legales de exportación.

El servicio de atención es personal y a la medida de las necesidades de cada empresa. De acuerdo con el procedimiento de apoyo, en principio se identifica el potencial de la empresa mediante la aplicación de una Cédula de identificación y un diagnóstico de Oferta Exportable, así como la elaboración de un plan de trabajo para el desarrollo de proyectos de exportación.

En el caso de que la empresa tenga viabilidad de exportar sus productos, se firma una carta compromiso para el desarrollo de cada una de las etapas del proceso de exportación. Este programa es subsidiado por el Fondo PYME.

Para la exportación de plátano se cuenta con Centros Pymexporta en los estados de Tabasco, Guerrero, Michoacán, Jalisco y Chiapas, siendo los dos primeros donde ya se ha solicitado apoyo para el plátano.¹²⁷

- **Programa de Impulsoras de la Oferta Exportable en el Extranjero.**

Las Impulsoras de la Oferta Exportable en el Extranjero es otra herramienta de la SE la cual se conforma por organismos de comercio exterior que tienen como objetivo principal identificar la demanda de productos mexicanos en mercados específicos para facilitar el acceso de los productos de las MIPyME's en el mercado internacional.

Para el cumplimiento de este objetivo las apoyan en acciones de conformar la oferta de sus productos para que las empresas que no vendan en el extranjero inicien su actividad exportadora; y las que ya están exportando se consoliden en el mercado internacional y/o diversifiquen sus productos de exportación a su mercado meta. Lo

¹²⁷ Puede acudir a la SE para solicitar información del Centro Pymexporta más cercano a su localidad o puede consultar la página <http://www.pyme.gob.mx/cpyme/oferta/mapa.asp> (Consultado el 26 de Mayo del 2012)

anterior, a través de servicios integrales de mercadeo, venta, distribución, comercialización y establecimiento de contactos de negocios, entre otros, que ofrecen las Impulsoras de Oferta Exportable.

Para acceder a los servicios de las Impulsoras de Oferta Exportable en el extranjero, es necesario llamar o acudir al Centro PYMEXPORTA – Impulsora de la Oferta Exportable en México más cercano a su localidad o las Delegación y Subdelegaciones Federales de la SE en las Entidades Federativas y solicitar la atención a su iniciativa de exportación. Dicho programa también es subsidiado por el Fondo PYME.

- **Sistema Nacional de Orientación al Exportador - Módulos de Orientación al Exportador (SNOE-MOE).**

A través del SNOE se puede obtener orientación y asesoría gratuita sobre el proceso de exportación, así como información sobre los diversos servicios que tanto el sector público como el privado ofrecen en materia de comercio exterior para su empresa a través de una extensa Red de 62 Módulos de Orientación al Exportador (MOE) ubicados en las 32 entidades federativas de la República Mexicana.

Dentro de las ventajas que ofrece este programa encontramos:

- Servicio personalizado y gratuito en materia de comercio exterior.
- Orientación acerca de las etapas y requisitos a seguir en el proceso de la exportación.
- Asesoría de acuerdo a las necesidades de cada empresa.
- Información acerca de los programas de fomento a la exportación beneficios de los tratados de libre comercio, oportunidades de negocios y regulaciones y restricciones no arancelarias.
- Apoyo mediante la concentración en un sólo sitio de información sobre los diversos servicios y apoyos que ofrecen las instituciones públicas y privadas en materia de comercio exterior.
- Vinculación con otras instituciones públicas y privadas en materia de comercio exterior, para otorgar un servicio integral y eficiente.

Para acceder a este servicio gratuito sólo tiene que llamar o acudir al Módulo de Orientación al Exportador (MOE) o en la Representación federal de la SE más cercana a su localidad, puede consultar el directorio en <http://www.contactopyme.gob.mx/moes/>

- **Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX).**

Otra herramienta es la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones, siendo una comisión auxiliar del Ejecutivo Federal cuyo objetivo es analizar, evaluar, proponer y concertar acciones entre los sectores público y privado en materia de exportaciones de bienes y servicios, y reducir los obstáculos técnicos al comercio exterior, así como fomentar la cultura exportadora.

Se encarga de atender; La problemática y/o consultas que presenta la comunidad empresarial relacionadas con su actividad empresarial, principalmente exportadora, proporcionando apoyo, asesoría y orientación a los empresarios. Así como de promover la agilización de los trámites empresariales ante las autoridades federales, estatales y municipales, así como acciones de concertación que permiten un acercamiento directo entre el sector público y privado para facilitar su actividad comercial.

Serán beneficiadas las empresas exportadoras que enfrentan problemáticas en trámites para exportar cuando la autoridad competente no ha dado la resolución ni el apoyo requerido por su empresa, este apoyo no tiene ningún costo, por lo que en caso de requerirlo se puede acudir a las Delegaciones y Subdelegaciones de la SE de los Estados.

A grandes rasgos estos programas que ofrece la SE pueden ser de utilidad para la capacitación y el fomento de las MIPyME's que desean exportar sus productos, con ellos se pueden abatir costos y propiciar su competitividad y mejores precios al consumidor final.¹²⁸

¹²⁸ Para mayor información se puede consultar la página Web: www.economía.gob.mx y/o acudir a la Representación federal de la Secretaría de Economía más cercana a su localidad para solicitar información de los programas vigentes.

5.2 PROGRAMAS DE LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN.

Por su parte la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (**SAGARPA**), también cuenta con programas de apoyo, a continuación se mencionarán algunos de ellos.

5.2.1 APOYO A LA INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA, COMPONENTE AGRÍCOLA

Su objetivo es incrementar la capitalización de las unidades económicas de producción agrícola a través del apoyo a la inversión en obras de infraestructura y adquisición de equipamiento agrícola y material vegetativo certificado para la realización de actividades de producción primaria que incluyen conservación y manejo.

Su población objetivo son las personas físicas o morales que se dediquen a actividades agrícolas. Se ofrece apoyo para:

- Maquinaria y Equipo.- Incluye la necesaria para la realización de actividades de producción primaria agrícola.
- Infraestructura.- Incluye todo tipo de construcción o rehabilitaciones que sean parte de un proyecto productivo ligado a la producción primaria agrícola.
- Material Vegetativo.- Incluye material vegetativo para plantaciones agrícolas perennes.

Cabe mencionar que no se otorgan apoyos para los siguientes conceptos: la compra de tierras; la compra de equipo y maquinaria usada; la compra de cualquier vehículo o embarcación con características de lujo; materias primas, insumos o capital de trabajo, para el pago de pasivos, las demás que no correspondan a los conceptos de apoyo de cada componente.

Las instancias que intervienen en el presente componente son: La Coordinación General de Agricultura de la SAGARPA, quien se auxiliará de la Coordinación General

de Delegaciones y de los Gobiernos de las Entidades Federativas, se recomienda acudir a estas instancias para solicitar informes de la apertura y cierre de ventanillas para presentar solicitud de este programa, así mismo, de las fechas en que se publicaran los resultados, ya que el presentar la solicitud no necesariamente significa que se le otorgará dicho apoyo.

Cabe mencionar que el *plátano* se encuentra dentro de los productos que se pueden ver beneficiados por este programa, dentro del presupuesto asignado a la SAGARPA para el año 2012, el Programa de Apoyo a la Inversión en Equipamiento e Infraestructura contó con un total de 10,174.80 millones de pesos, de los cuales 5.0 m.d.p. fueron destinados para el apoyo del plátano.¹²⁹

5.2.2 APOYO A LA INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA, COMPONENTE ACTIVOS PRODUCTIVOS TRADICIONALES

Anteriormente este programa tenía el nombre de ***Alianza para el Campo***, el cual estaba disponible en varios estados de la República en donde el plátano se vio beneficiado, en Oaxaca por ejemplo, en octubre del 2011 los plataneros del municipio de San José Chiltepec recibieron un tractor agrícola equipado, mismo que fue adquirido con el Programa Alianza para el Campo, donde el ayuntamiento municipal de Chiltepec puso la cantidad de 300 mil pesos y Alianza para el Campo 230 mil pesos, para hacer un monto de 530 mil pesos, para apoyar a 17 productores de plátano de Chiltepec.¹³⁰

Para el año 2012 cambió de nombre y ahora se llama **Activos Productivos**, este componente también pertenece al Programa Apoyo a la Inversión en Equipamiento e Infraestructura y su objetivo es fomentar la producción y la competitividad de las actividades agropecuarias y acuícolas preponderantes que se desarrollan en el marco de una región o del estado con un enfoque de territorialidad, transversalidad, inclusión

¹²⁹ Presupuesto de Egresos de la Federación 2012 Aprobado. Disponible en: <http://www.concamin.org.mx/agroindustria/Presupuesto%202012%20SAGARPA%20Oficial%C3%ADa%20Mayor.pdf> (Consultado el 07 de Febrero del 2012)

¹³⁰ Plataneros reciben tractor mediante recurso de Alianza para el campo. Disponible en: <http://chiltepecoaxaca.com/2011/10/22/plataneros-reciben-tractor-mediante-recurso-de-alianza-para-el-campo/> (consultado el 15 de Enero del 2012)

y sustentabilidad de los recursos naturales, a través del apoyo a la inversión en obras de infraestructura y equipamiento de alto impacto para la producción primaria, incluyendo su conservación y manejo.

Su población objetivo son las personas morales que se dediquen a actividades agropecuarias y acuícolas, ofrece apoyo para;

Maquinaria y equipo para la realización de actividades de producción agrícola, pecuaria y acuícola, incluyendo conservación y manejo: Hasta el 50% del valor de la maquinaria y Equipo considerado.¹³¹

Para acceder a este programa de igual forma se debe acudir a las instancias: La Coordinación General de Agricultura de la SAGARPA, quien se auxiliará de la Coordinación General de Delegaciones y de los Gobiernos de las Entidades Federativas, ellas serán las encargadas de publicar las fechas de recepción de solicitudes, las fechas en que se publicaran los resultados de las solicitudes aprobadas y serán quienes se encarguen de hacer entrega de los apoyos.

Una vez aprobados estos programas otorgaran los apoyos a los beneficiados a través de un mecanismo de dispersión vía electrónica mediante el uso de productos bancarios, la instancia ejecutora radicará en la cuenta específica que el beneficiario apertura especialmente para el proyecto.

Así mismo existe otro organismo dependiente de la SAGARPA a la cual se puede acudir para solicitar programas de apoyo nos referimos a Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA).

¹³¹ Programa Activos Productivos Tradicionales, Disponible en : <http://www.sefoa.gob.mx/CONVOCATORIAS/2013/Convocatoria%20PAIEI-COMPONENTE%20ACTIVOS%20PRODUCTIVOS%20TRADICIONAL%202013.pdf> (Consultado el 16 de Abril del 2013)

5.2.3 PROGRAMA DESARROLLO DE MERCADOS AGROPECUARIOS Y PESQUEROS E INFORMACIÓN (PROMOCIÓN DE EXPOSICIONES Y FERIAS)

La SAGARPA a través de ASERCA, tomando en cuenta que la estrategia más importante para mejorar los ingresos de los productores es incrementar su presencia en los mercados globales, a través de acciones integrales para la promoción y certificación de productos agroalimentarios, la hace posible a través del Programa Desarrollo de Mercados Agropecuarios y Pesqueros e Información en el componente **Promoción de Exposiciones y Ferias** reemplazando al programa denominado **Programa Soporte**.

Cabe mencionar que en el caso del plátano en el año 2010 con el Programa Soporte Componente de Promoción de Exportaciones y Ferias se vieron beneficiadas las siguientes organizaciones: Sistema Producto Plátano, Unión de Productores de Plátano de Tabasco, Consejo Nacional Mexicano de Productores de Plátano A. C. y la Unión Agrícola de la sierra del Estado de Tabasco, Productores de Plátano. De igual forma en la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones se vio beneficiado el Comité Sistema Producto Plátano Nacional A. C.¹³²

Para el año 2012 con el Programa “Eventos de Promoción de Exposiciones y Ferias 2012-2013” podrá solicitar solicitud las personas físicas de nacionalidad mexicana o las morales, formalmente constituidas conforme a la legislación mexicana, cuya actividad preponderante sea la producción, procesamiento, transformación, empaque, comercialización o promoción de sus productos, agropecuarios, pesqueros o acuícolas.

Entre sus objetivos se encuentran:

- Misiones comerciales y/o prospectivas en y fuera de México.
- Ferias, eventos, exhibiciones, foros, congresos y degustaciones.
- Centros de promoción nacional y/o internacional para la comercialización

¹³² Programa Soporte Componente Promoción de Exportaciones y Ferias. Disponible en: http://www.aserca.gob.mx/artman/uploads/benef_eye_2010.pdf (Consultado el 18 de Junio del 2011)

- Desarrollo comercial de proveedores del sector agropecuario, pesquero y acuícola, y desarrollo de capacidades para la comercialización de sus productos en los mercados nacional e internacional.
- Promover y coordinar la participación de organizaciones económicas de productores y organizaciones mexicanas en actos y exhibiciones nacionales e internacionales, especializadas en alimentos y bebidas, presentando una imagen de calidad, diversidad e inocuidad que consolide a México como un excelente proveedor de productos agroalimentarios;
- Inducir el enlace comercial entre los productores y los procesadores de productos primarios nacionales, con las principales cadenas de tiendas distribuidoras, restaurantes y hoteles en el país y en el extranjero;
- Coadyuvar, a través de estudios en la materia, a entender las tendencias y las exigencias de los mercados de exportación, identificando nichos de mercado para los productos agroalimentarios mexicanos.

La Unidad Responsable, una vez verificada la información proporcionada por el solicitante, dictaminará la procedencia de cada solicitud, y en caso de estimarla procedente confirmará su participación y le dará seguimiento antes y durante el evento del que se trate.

Dentro de este programa se encuentran una serie de eventos y ferias, entre ellas, las que son importantes tener en cuenta para este proyecto son:

Taste of México, Fiesta Mexicana, a celebrarse en Odaiba, Japón en el mes de Septiembre de 2012, es una Exposición Multisectorial, se llevo a cabo por primera vez en el 2004 y es un evento de degustación que regularmente se realiza dentro del programa de actividades para celebrar el Aniversario de Independencia de nuestro país en Japón durante el mes de septiembre, al que se denomina “Fiesta Mexicana” el cual es promovido por las Embajada de México en Japón en coordinación con las representaciones de otras Dependencias del Gobierno Mexicano. Además de la promoción de alimentos y gastronomía, también se realizan actividades de promoción turística, culturales, exposiciones fotográficas, conciertos, entre otras.

También se realiza cada año la feria “**FODEX JAPAN**” en Tokio Japón, éste es el evento internacional más importante del sector de Alimentos y Bebidas que se lleva a cabo en el área Asia –Pacífico y ocupa el tercer lugar en el mundo en su clase. Los objetivos de quienes participan en esta exposición son: lograr nuevos contactos y negocios, posicionar a las empresas en el mercado japonés principalmente y entre los visitantes de otros países, lanzar nuevos productos, obtener información respecto a las necesidades del mercado y tener oportunidad de conversar personalmente con posibles clientes, socios y distribuidores.

Para los productores mexicanos, este foro es una gran oportunidad para consolidar la presencia de sus productos, cuya aceptación en el mercado japonés ha aumentado a raíz de la entrada en vigor del Acuerdo de Asociación Económica con Japón, así como introducir nuevos productos con especial potencial en la región, es importante mencionar que el plátano se encuentra entre los productos que se han exhibido en estas ferias.

Se recomienda acudir a las oficinas más cercanas de ASERCA para solicitar información con respecto a las convocatorias para las próximas ferias.

Lamentablemente en algunos casos se ha hecho mal uso de la entrega de los programas por parte de ASERCA quien ha beneficiado en su mayoría a las grandes empresas comercializadoras o a intermediarios y no ha entregado los apoyos a los pequeños productores, esperemos que este problema se resuelva y que esta institución apoye a los que realmente lo necesitan, a pesar de ello, esto no debe ser un impedimento para que las pequeñas empresas que cumplan con los requisitos del programa puedan presentar su solicitud de apoyo.

Dentro del mismo marco de promoción de los productos agropecuarios a través de eventos y exposiciones, encontramos otra de las herramientas con las que cuenta la SAGARPA, nos referimos a la Mexbest, de la cual hablaremos a continuación.

5.2.4 MEXBEST

Es una imagen institucional creada por la SAGARPA la cual tiene como finalidad presentar y promover los productos agroalimentarios del campo mexicano

con calidad de exportación, a través de los más importantes eventos y exposiciones del sector agroalimentario y pesquero, que se llevan a cabo en los principales mercados de exportación.

IMAGEN 16: MEXBEST



Fuente: <http://www.mexbest.com/es/acerca-de-mexbest.html> (Consultado el 18 de Junio del 2011)

Dentro de sus funciones se encuentran:

- Coordinar los esquemas de apoyo para promover la comercialización nacional e internacional.
- Fomentar los programas de organización y la capacitación de los productores, comercializadores e industriales del sector.
- Promover y desarrollar mercados en el extranjero para los productos agroalimentarios nacionales, a través de la participación de la SAGARPA y productores del sector agroalimentario en exposiciones, eventos y misiones comerciales.
- Instrumentar sistemas de información de carácter público y privado de mercados agroalimentarios nacionales e internacionales.
- Promover esquemas y mecanismos de participación y asociación de productores y empresas comercializadoras nacionales y extranjeras.
- Desarrollar propuestas de acciones de promoción comercial y fomento de las exportaciones.
- Coordinar el aprovechamiento de apoyos, estímulos y otros instrumentos que se establezcan en materia de comercio exterior.
- Participar en la identificación de oportunidades de comercialización de productos agroalimentarios mexicanos y vincular la oferta de productos y subproductos del campo con los mercados nacional e internacional.

Para llevar a cabo dichas funciones cuenta con dos herramientas; el Directorio de Agroexportadores y México Calidad Suprema.

5.2.4.1 DIRECTORIO DE AGROEXPORTADORES MEXICANOS

Es un proyecto conjunto de la SAGARPA y el Consejo Nacional Agropecuario (CNA), en el que usted puede encontrar a más de 1,200 empresas mexicanas exportadoras de frutas, hortalizas, carnes, flores, vinos, mezcal, entre otros, y contactarlas de manera directa sin intermediarios.

El Directorio de Agroexportadores Mexicanos Mexbest en su versión web es un instrumento electrónico de consulta, donde compradores internacionales pueden identificar productos agroalimentarios de alta calidad y sus productores con datos actualizados y verificados constantemente.

Este punto de encuentro virtual se traduce en negocios reales, facilitando para el comprador la búsqueda de información, pues la encuentra concentrada en el Directorio y para el agroexportador mexicano la promoción a nivel mundial, gratuita y efectiva dirigida a los compradores internacionales.

En su versión impresa, que es una edición anual se concentra la información y datos de contacto de alrededor de 1500 empresas mexicanas agroexportadoras, la información se encuentra clasificada por productos y entre los datos disponibles están, certificaciones, el Estado de la República Mexicana donde se encuentra la empresa, los diferentes productos, datos de contacto y destinos de exportación.

El Directorio de Agroexportadores Mexicanos es una herramienta comercial cuyo principal objetivo es promover a nivel internacional, la oferta exportable del sector agroalimentario mexicano.

El plátano es uno de los productos que se promocionan dentro de este directorio, por ejemplo, encontramos varias empresas que exportan plátano hacia diversos destinos, entre ellas hay información de la empresa Agrícola el Sifón y Agropecuaria Terranova, las cuales manejan entre sus destino de exportación a Japón.¹³³

¹³³ Para mayor información se puede consultar la página: <http://www.mexbest.com>

5.2.4.2 MÉXICO CALIDAD SUPREMA

Así mismo, la otra herramienta que nos compete mencionar es la Marca México Calidad Suprema, esta es un sello oficial que garantiza la sanidad, inocuidad y calidad superior de los productos mexicanos, principalmente agroalimentarios y pesqueros.

IMAGEN 17: SELLO MÉXICO CALIDAD SUPREMA



Fuente: http://www.mexbest.com/pages/view/about_mexbest (Consultado el 18 de Junio del 2011)

Características:

- Sanidad --- Confianza en que los productos son sanos porque se ha cuidado todo el proceso de producción, empaque y distribución.
- Inocuidad --- Seguridad de que su consumo no causa daño alguno.
- Calidad --- Certeza de que los productos destacan por su calidad, considerando atributos como color, sabor, textura y consistencia. ¹³⁴

Los productos mexicanos certificados con la marca calidad suprema, obtienen un reconocimiento en los mercados que les permite fortalecer su presencia e incrementar su competitividad. Esto derivado de la promoción comercial, nacional e internacional, lo cual contribuye a la difusión y posicionamiento del sello como garantía de calidad superior y satisfacción para distribuidores y consumidores.

El registro del signo distintivo ha sido otorgado por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial en forma exclusiva a la SE; la SAGARPA y BANCOMEXT; es el logotipo que los interesados incorporarán en las etiquetas de cada uno de los productos certificados y/o en su empaque correspondiente, dirigido al consumidor final. El uso de la Marca y del sello, es voluntario y no exclusivo.

¹³⁴ México Calidad Suprema. Disponible en: <http://www.mexicocalidadsuprema.com.mx/> (Consultado el 20 de Enero de 2010)

Los pasos para obtener la certificación son:

- Conocer el pliego de condiciones que establece las especificaciones técnicas que debe cumplir el producto,¹³⁵
- Realizar una autoevaluación para determinar si cumple con los requisitos establecidos en el pliego de condiciones,
- Establecer contacto con un organismo de certificación (que cuente con licencia de uso de la marca) para que lleve a cabo una evaluación, dicha certificación tiene un costo que depende del volumen del producto que se quiera certificar y del organismo, (ASERCA ofrece apoyos para lograr la certificación. Para mayor información consultar en la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de la SAGARPA / ASERCA.)
- Firmar la licencia de uso de la marca con el organismo de certificación seleccionado
- Certificar el producto y utilizar el sello únicamente en el producto certificado.

La marca, además de ser una garantía de calidad, busca la identificación y diferenciación de los bienes que cumplen con las siguientes disposiciones: Normas Oficiales Mexicanas (NOM's), Normas Mexicanas (NMX) y Normas Internacionales de manera confiable y transparente en beneficio de productores, empaques, distribuidores y consumidores.

Si se desea obtener el Sello de México Calidad Suprema para la exportación del plátano, se debe de cumplir con la siguiente Norma Oficial Mexicana: **NMX-FF029-SCFI-2010** la cual se refiere a: "Productos alimenticios no industrializados para consumo humano - Fruta Fresca – plátano o banano (Musa AAA, subgrupo Cavendish) - especificaciones y métodos de ensayo" (cancela a la NOM NMX-FF-029-SCFI-1995).

Cabe mencionar que esta norma mexicana es equivalente a la Norma Internacional CODEX para el banano (plátano) STAN 205-1997, Emd. 1-2005.

¹³⁵ La información completa del Pliego de condiciones la puede encontrar en la siguiente dirección:
http://www.normich.com.mx/archivos/OC/mcs/PLIEGOS%2520DE%2520CONDICIONES%252012/P_C_025_2005_Banano_cavendish.pdf&type=dns&ISN=A28242F6FA434EEEB389A98DD4BFEA22&ccv=139&cnid=971163&cco=US&ct=1&sc=800c0005 (Consultado el 18 de Junio del 2011)

Para la correcta aplicación de la presente norma mexicana se deben consultar y en su caso aplicar las siguientes normas oficiales mexicanas y normas mexicanas:

TABLA 5.1
NORMAS OFICIALES MEXICANAS RELACIONADAS CON LA EXPORTACIÓN DEL PLÁTANO

NOM-008-SCFI-2002	Sistema General de Unidades de Medida. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de noviembre de 2002.
NOM-051-SCFI-1994	Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de enero de 1996.
NOM-068-FITO-2000	Por la que se establecen las medidas fitosanitarias para combatir el moko del plátano y para prevenir su diseminación. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 21 de abril de 2000.
NMX-FF-006-SCFI-1982	Productos alimenticios no industrializados para uso humano – Fruta Fresca - Terminología. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de junio de 1982.
NMX-FF-009-SCFI-1982	Productos alimenticios no industrializados para uso humano – Fruta fresca - Determinación del tamaño en base al diámetro ecuatorial. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de junio de 1982.
NMX-FF-067-SCFI-1988	Hortaliza en estado fresco – Determinación del tamaño en base a su longitud – Método de Prueba. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de noviembre de 1988.
NMX-Z-012/1-1987	Muestreo para la inspección por atributos. Parte 1: Información general y aplicaciones. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 28 de octubre de 1987.
NMX-Z-012/2-1987	Muestreo para la inspección por atributos. Parte 2: Métodos de muestreo, tablas y gráficas. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 28 de octubre de 1987.
NMX-Z-012/3-1987	Muestreo para la inspección por atributos. Parte 3: Regla de cálculo para la determinación de planes de muestreo. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de julio de 1987.

Fuente: Norma Mexicana NMX-FF029-SCFI-2010 Disponible en:
http://www.plataneros.net/documents/nmx_029_scfi-2010.pdf (Consultado el 20 de Enero del 2010)

Esta norma mexicana aplica específicamente para las variedades comerciales de plátanos (bananos) obtenidos de *Musa spp* Subgrupo Cavendish y sus mutantes clónales intermedios, en estado verde para ser consumidos en estado fresco que se producen o comercializan en el territorio nacional, después de su acondicionamiento y envasado. Se excluyen los plátanos de los Subgrupo Plantain (AAB), Bluggoe (ABB), Sucrier (AA) y Morados (AAA), entre otros. Para efectos de la presente norma mexicana se entenderá como sinónimos a los términos “plátano Cavendish” o “banano Cavendish”.

Comercialmente se han desarrollado estrictos sistemas de control para el sector alimentario, es así que tanto los consumidores como el sector productivo, de manera conjunta establecen las características de cada parámetro de calidad con el fin de satisfacer las expectativas del mercado.

La tabla que se muestra a continuación (Tabla 5.2) ha sido definida en función de las preferencias de los consumidores nacionales y extranjeros, considerando al mismo tiempo las cualidades que posee el producto por naturaleza. El propósito de estas especificaciones es establecer las características del banano Cavendish de calidad superior, cuyo cumplimiento permitirá certificarlo para el uso de la marca “MEXICO CALIDAD SUPREMA”. Cabe señalar que en este sector, la calidad exigida por el mercado se determina fundamentalmente en relación con la presentación, el tamaño, la forma, madurez y el empaque del fruto.

TABLA 5.2
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA BANANOS CAVENDISH MÉXICO
CALIDAD SUPREMA.

Características		Especificación (de variables y atributos)
Físicas	Presentación:	Se requiere que la presentación sea en manos ó gajos de conformación regular.
	Tamaño por presentación	<ul style="list-style-type: none"> – Gajos: Constituidos por 4 a 9 dedos. – Manos: Conformadas por el total de los dedos que resultan de la fase de fructificación de la planta, permitiéndose la eliminación de hasta 2 dedos deformes o que alteran el arreglo de los demás frutos.
	Tamaño de los Frutos	Frutos de tamaño homogéneo de acuerdo a lo requerido por el cliente

Características		Especificación (de variables y atributos)
Sensoriales	Apariencia externa.	Los frutos que conforman las manos o gajos deben: <ul style="list-style-type: none"> - Encontrarse enteros - Ser de aspecto fresco - Estar bien desarrollados y contar con la forma característica - Presentar la coloración correspondiente al grado de madurez requerido - Encontrarse limpios - Estar libres de lesiones físicas - Estar exentos de humedad anormal (salvo la condensación consiguiente a su remoción de una cámara frigorífica) - Encontrarse firmemente unidos por una corona de tamaño suficiente y corte recto, que ofrezca la suficiente resistencia al desprendimiento de los dedos durante la manipulación - Haber sido acondicionados
	Apariencia interna	La pulpa de los frutos debe ser de aspecto y consistencia característica, firme y uniforme.
	Sabor	Característico
	Olor	Característico
Químicas	Residuos Químicos	De acuerdo con los niveles permisibles establecidos en el CICOPLAFEST y/o Codex Alimentarius, sin perjuicio del cumplimiento de otras normas existentes en el mercado de destino.
Fitopatológicas	Enfermedad	Frutos y sus coronas –pedicelo, cáscara y pulpa- exentos de daños causados por virus, bacterias, hongos, y/o las relacionadas con la disponibilidad y asimilación de nutrientes.
Entomológicas	Plagas	Libres de presencia o daños causados por depredadores e insectos.
Presentación	Envasado	Envases y componentes-separador y bolsa- limpios y nuevos que preserven las características del producto, debidamente etiquetados, cuyo contenido debe ser homogéneo, constituido por bananos del mismo origen, tipo y características generales (presentación, tamaño, color, apariencia, frescura y acondicionamiento).
	Embalaje	Tal que asegure protección adecuada al producto.

Fuente: [Pc-025-2005 Pliego de Condiciones para el uso de la Marca Oficial México Calidad Suprema en Banano Cavendish](#). Disponible en:

http://www.normich.com.mx/archivos/OC/mcs/PLIEGOS%20DE%20CONDICIONES%2012/PC_025_2005_Banano_cavendish.pdf (Consultado el 26 de Enero del 2011)

Se deben de tomar en cuenta estas características para generar y mantener plátanos de alta calidad, para lo cual los productores y/o empacadores deberán establecer un sistema de aseguramiento que considere planes de calidad, procedimientos y registros documentados en los que se identifiquen los controles para cada actividad del proceso de producción, manejo pos cosecha (empaquete, maduración, almacenamiento, transporte y comercialización) integrando el tipo y frecuencia de las verificaciones requeridas la trazabilidad del producto.

Recordemos que Japón es uno de los mercados que mayor atención pone en la calidad de los productos, por esta razón es recomendable que los exportadores de

plátano hagan lo necesario por portar este sello ya que le ayudará a darle mayor confianza a su producto.

Dando continuidad con este tema otro de los organismos con los que México cuenta para la promoción de las exportaciones es Proméxico del cual se mencionarán a continuación los apoyos que ofrece y que se consideran pueden ser útiles para este proyecto.

5.3 PROMÉXICO

Es el Organismo del Gobierno Federal encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación de México en la economía internacional; apoyando el proceso exportador de empresas establecidas en nuestro país y coordinando acciones encaminadas a la atracción de inversión extranjera. Fue creada bajo la figura de Fideicomiso mediante Decreto Presidencial en junio de 2007.¹³⁶

A partir del 01 de abril de 2008 lleva las funciones que anteriormente manejaba Bancomext con respecto a la promoción de las exportaciones.

ProMéxico cuenta con una serie de apoyos y servicios para el exportador, a continuación se mencionarán algunos de los apoyos que pueden ser útiles para este proyecto, sin embargo, el exportador puede solicitar información en las oficinas de ProMéxico acerca de los demás programas y servicios que ofrece esta institución y que se pueden ajustar a las necesidades de su empresa.

Antes que nada se debe de tener en cuenta cuales son los tipos de empresas exportadoras que considera PoMéxico e identificar a cual pertenece su empresa:

- Con potencial exportador: Se refiere a las empresas que están enfocadas al mercado nacional, que no saben cómo exportar pero tienen la intención y cuentan con productos que pueden ser exportados directa o indirectamente.
- Preparada para exportar: se refiere a las empresas que han pasado por un proceso de formación para la exportación y están preparadas para hacerlo, o que ya están exportando en forma indirecta, y

¹³⁶ PROMEXICO. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/wb/Promexico/acerca> (Consultado el 25 Enero del 2010)

- Exportadora: son aquellas empresas que ya han exportado al menos en alguna ocasión.

Entre los tipos de apoyo que ofrece ProMéxico a los exportadores encontramos:

- Bolsa de Viaje: Apoyo económico a reembolso para que el beneficiario agilice y obtenga las mejores condiciones en su viaje de negocios, sea para promoción comercial o de inversión, alineados con la estrategia de ProMéxico. El objetivo es fomentar los viajes de negocios para impulsar la exportación y la inversión extranjera en México, se ven beneficiadas las empresas con potencial exportador, y las Empresas Exportadoras.
- Consultoría y asesoramiento técnico de especialistas: Apoyo económico a reembolso para ayudar a las empresas mexicanas a través de expertos para que mejoren sus conocimientos en aspectos técnicos y de calidad, con el objeto de que aprovechen las oportunidades del mercado en el exterior o en México a través de proveeduría a Empresas Transnacionales. El objetivo es incrementar la transferencia de conocimientos para las empresas mexicanas. Beneficiarios: Empresas con Potencial Exportador y Empresas Exportadoras.
- Diseño de envase, empaque, embalaje y etiquetado de productos de exportación: Apoyo económico a reembolso para contratar consultoría para: Diseño de envase, empaque, embalaje y etiquetado. El objetivo es apoyar a la empresa exportadora para que pueda ajustar sus productos a los requerimientos del mercado internacional. Beneficiarios: Empresa con Potencial Exportador y Empresa Exportadora.
- Envío de muestras al exterior: Apoyo económico a reembolso destinado al envío de muestras. El objetivo es apoyar a las empresas que requieren enviar muestras al exterior como parte de su proceso de exportación, Beneficiarios; empresas exportadoras, Monto de apoyo: hasta \$50,000.00 pesos mexicanos (no sujeto a IVA) Un apoyo por Beneficiario por año.
- Estudios de mercado y planes de negocios para la exportación o internacionalización: Apoyo económico a reembolso para la realización de estudios

que permitan a las empresas la identificación de oportunidades de exportación en uno o varios mercados u oportunidades de internacionalización; así como el desarrollo de planes de exportación o internacionalización. El objetivo es facilitar a las empresas mexicanas la evaluación de oportunidades comerciales en el exterior, a través de estudios de mercado; y desarrollar planes de exportación o internacionalización. Tipos de estudios:

- Investigación de Mercados y Canales de Distribución.
- Plan de Negocios de Exportación.
- Plan de Negocios de Internacionalización.
- Identificación de clientes potenciales y evaluación de su interés de compra.

Beneficiarios: Empresas con Potencial Exportador y Empresas Exportadoras.

- Participación individual en eventos internacionales: Apoyo económico a reembolso para que un Beneficiario participe con un stand en un evento de corte internacional (feria) para promover sus productos o servicios mexicanos y así incrementar, diversificar o consolidar sus exportaciones. Se otorga para: Renta de espacio, Envío de muestras (bajo el régimen de exportación definitiva) hasta por 250 kg o 1.5 m³ por beneficiario, Gastos de operación (limpieza, vigilancia y energía eléctrica), y/o Gastos de construcción de stand (montaje, desmontaje, decoración e instalación eléctrica, renta de exhibidores, muebles, accesorios y letreros). El objetivo es impulsar la participación de la empresa exportadora en eventos internacionales que le permitan promover sus productos o servicios. Beneficiarios: Empresas con potencial exportador y Empresas Exportadoras.¹³⁷
- Reportes estandarizados de mercado por producto, rama o sector económico: Apoyo económico a reembolso para la adquisición reportes normalizados con información especializada en mercados, productos o sectores que permitan a las empresas mexicanas la elección de mercados objetivos y apoyen las decisiones empresariales estratégicas en materia de comercio exterior. El objetivo es facilitar a las empresas mexicanas el acceso a información especializada en comercio exterior, la cual apoyará en el proceso de toma de decisiones sobre iniciar

¹³⁷ PROMEXICO. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/wb/Promexico/acerca> (Consultado el 25 Enero del 2010)

exportaciones, diversificar mercados o productos. Beneficiarios: Empresas con potencial exportador y Empresas Exportadoras.¹³⁸

Estos son solo algunos de los apoyos a las exportaciones que ofrece ProMéxico, también cuenta con otros servicios algunos de ellos tienen un costo pero pueden ser de gran utilidad para el exportador dependiendo de las necesidades de la empresa, dichos programas están dirigidos principalmente a las Pequeñas y Medianas Empresas, para mayor información se puede acudir a alguna de sus oficinas regionales o a través de su página en Internet www.promexico.gob.mx.

Otro de los organismos que ofrecen apoyos de promoción a las exportaciones, en este caso específico al mercado japonés es: JETRO MÉXICO del cual hablaremos a continuación.

5.4 JETRO - MÉXICO

JETRO-México brinda apoyos que permiten localizar nuevas oportunidades de negocio para el intercambio comercial y de inversión entre ambos países y lograr el aprovechamiento del Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón en vigor desde abril de 2005.¹³⁹

Si piensa en Japón, como destino de sus exportaciones, como fuente de importación, o para desarrollar sus negocios, este es el lugar para iniciar la relación.

JETRO México ofrece los siguientes servicios en forma permanente:

- Investigación y recopilación de información acerca de tendencias de la economía, el comercio y la industria de Japón además, de investigación en estudios específicos del mercado japonés.
- Coordinación entre la industria japonesa, el gobierno y la iniciativa privada de México.
- Asesoría individual. Asesoría a empresas japonesas incluyendo las ya instaladas en México y asesoría a empresas mexicanas para exportar a Japón.
- Relaciones públicas.

¹³⁸ PROMEXICO. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/wb/Promexico/acerca> (Consultado el 25 Enero del 2010)

¹³⁹ JETRO. Disponible en: <http://www.jetro.go.jp/mexico/> (Consultado el 25 de Enero del 2010)

- Oportunidades comerciales mediante el sistema Trade Tie-Up Promotion Program (TTPP). Base de datos de oportunidades comerciales en Japón.
- Investment Business Support Centers. Base estratégica para hacer negocios y puerta de acceso al mercado japonés localizados en Tokio, Yokohama, Nagoya, Osaka, Kobe, y Fukuoka.

Cabe mencionar que desde el año 2005 JETRO y la SAGARPA – ASERCA han trabajado de forma coordinada implementando un programa de colaboración para impulsar la exportación de productos mexicanos, los cuales por su calidad, representan una gran oportunidad de ganar una buena participación dentro del mercado de importación de Japón.

Uno de los instrumentos que ha utilizado JETRO para la promoción de los productos agropecuarios, es la participación en la Feria de Alimentos **FOODEX JAPAN**, la cual le puede ayudar a ponerse en contacto con clientes potenciales, Además, ofrece una base de datos de ferias "J-messe", una herramienta para conocer las distintas ferias en los distintos países del mundo. El servicio está orientado a organizadores y usuarios interesados en ferias comerciales y no tiene ningún costo.

Por otro lado, pasando a otro punto importante dentro de los apoyos a las exportaciones nos corresponde ahora hablar del financiamiento, para lo cual México cuenta con varias instituciones a las cuales se puede acudir para solicitar este tipo de apoyo.

5.5 FINANCIAMIENTO A LAS EXPORTACIONES

El financiamiento es la acción de proporcionar los recursos financieros necesarios para el funcionamiento de la empresa u organización, la empresa se financia con las aportaciones iniciales y posteriores de sus socios o propietarios, los préstamos y créditos de entidades financieras u otros acreedores, el crédito comercial concedido por los proveedores y los beneficios no repartidos procedentes de sus operaciones, la financiación también proporciona créditos al consumo, permitiendo aplazar el crédito de las compras. ¹⁴⁰

¹⁴⁰ Witker Jorge y Jaramillo Gerardo. Op. Cit. p. 18

A continuación se mencionan las principales Instituciones Públicas y privadas que ofrecen financiamiento a las empresas exportadoras.

5.5.1 FINANCIAMIENTO DE INSTITUCIONES PÚBLICAS

Dentro de las instituciones públicas que cuentan con financiamiento para las empresas, encontramos a Bancomext, Nacional Financiera, Financiera Rural y Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura, las cuales pueden ser de gran utilidad para las PYMES que requieran de un financiamiento para impulsar o mejorar sus exportaciones.

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (BANCOMEXT)

Bancomext otorga financiamientos destinados a atender los requerimientos tanto de corto como de mediano y largo plazo de las empresas participantes en el comercio exterior mexicano, incluyendo a exportadores y sus proveedores, importadores y empresas que sustituyen importaciones.¹⁴¹

Dichos programas están dirigidos principalmente a:

- Empresas exportadoras de manera directa, especialmente las pequeñas y medianas (PYMES).
- Empresas proveedoras de insumos y partes para empresas exportadoras.
- Personas físicas con actividad empresarial relacionadas con el comercio exterior.
- Empresas relacionadas con la sustitución eficiente de importaciones.

Para mayor detalle de los servicios financieros que ofrece Bancomext, se encontrará un cuadro al final de este apartado (Ver Anexo 8). El exportador elegirá el programa que más se adecue a sus necesidades y posibilidades de pago.

NACIONAL FINANCIERA (NAFIN)

Otra institución es Nacional Financiera que funge como agente financiero del gobierno federal desde 1949, para contratar y/o administrar de manera eficiente préstamos y donaciones otorgadas a México por Organismos Financieros

¹⁴¹ BANCOMEXT. Disponible en: <http://www.bancomext.com> (Consultado el 25 de Enero del 2010)

Internacionales, tales como: El Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), con objeto de financiar proyectos prioritarios del Gobierno Federal.

Entre sus objetivos se encuentran; Impulsar el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, proporcionándoles acceso a productos de financiamiento, capacitación, asistencia técnica e información y estructurar y financiar proyectos sustentables y estratégicos para el país. Algunos de los programas con los que cuenta esta institución son:

Programa de Crédito Pyme: Es un crédito que representa una opción de financiamiento viable y de fácil acceso para la pequeña y mediana empresa que puede ser utilizado para capital de trabajo o para adquirir activo fijo. Esta dirigido a propietarios y directivos de pequeñas y medianas empresas. Las características de este programa pueden variar dependiendo del intermediario (Bancomer, Banamex, Afirme,...), el interesado debe consultar directamente con el intermediario de su elección.¹⁴²

Programa de Apoyo en Desastres Naturales: Es un programa de financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas para su recuperación tras sufrir daños físicos y económicos debido a un desastre natural.

Programa de Garantías: Es un programa para impulsar el crédito a las empresas dando garantía de recuperación de capital a los intermediarios financieros hasta por 3.6 millones de UDI's. Al estar respaldado el financiamiento otorgado, es más fácil para las empresas tener acceso a un crédito. Esta dirigido a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas así como personas físicas con actividad empresarial de los sectores comercial, industrial y de servicios.

FINANCIERA RURAL

Por su lado, Financiera Rural es un Organismo Descentralizado de la Administración Pública Federal, sus objetivos son: Consolidar un sistema de

¹⁴² Para mayor información consultar la página <http://www.nafin.com>

financiamiento y canalización de recursos financieros, asistencia técnica, capacitación y asesoría en el sector rural. Propiciar condiciones para la recuperación del nivel de vida en el medio rural mediante la oferta de financiamiento, asesoría y capacitación, en beneficio de los productores rurales, sobre todo a través de entidades intermediarias que aseguren el impacto en ellos.¹⁴³

Financiera Rural enfrenta el reto de otorgar crédito a las actividades agropecuarias, forestales, pesqueras y demás actividades productivas vinculadas con el medio rural, fomentando proyectos que impulsen un desarrollo integral del sector. Para ello, la Financiera Rural ha desarrollado e instrumentado programas y productos de crédito considerando las necesidades del mercado y enfocándose en atender fundamentalmente a pequeños y medianos productores.

Entre los productos de Crédito encontramos:

- **Habilitación o Avío – Multiciclo:** Este crédito tiene como propósito financiar las necesidades de capital de trabajo en dos modalidades a fin de facilitar la operación de la Financiera:
 - Tradicional.- Enfocado al capital de trabajo, con un destino definido, en cualquier actividad económica vinculada con el medio rural
 - Multiciclo.- Enfocado a financiar clientes cuyas actividades de producción, vinculadas al medio rural, se realizan durante ciclos o periodos consecutivos u homólogos.

Con este Producto de Crédito se podrá financiar la adquisición de materias primas y materiales, pago de jornales, salarios y gastos directos de explotación.

- **Refaccionario:** Es un crédito a mediano o largo plazo para la adquisición de maquinaria, equipo, unidades de transporte, ganado, construcción o adaptación de inmuebles, obras de infraestructura, etc., cuyo fin es financiar la adquisición de activos fijos o bienes de capital, es decir, apoyar el ciclo de inversión de las actividades relacionadas con el medio rural. Dirigido a personas físicas o morales.

¹⁴³ Financiera Rural. Disponible en:
http://www.financierarural.gob.mx/Prog_prod_cred/productos/Paginas/Basicos.aspx (Consultado el 2 de Febrero del 2010)

- **Simple:** Este tipo de crédito no tiene destino específico por lo que puede ser utilizado tanto para apoyar los requerimientos de compra-venta y capital de trabajo, así como financiar inversiones como la adquisición de activos o bienes de capital y liquidez. La ventaja de este crédito es su flexibilidad de uso. Dirigido a personas físicas o morales.

Pasando a otro punto, por último mencionaremos los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, (FIRA)

FIDEICOMISOS INSTITUIDOS EN RELACIÓN CON LA AGRICULTURA, (FIRA)

Son fideicomisos públicos constituidos por el Gobierno Federal en el Banco de México desde 1954. El objetivo de FIRA es otorgar crédito, garantías, capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología a los sectores agropecuario, rural y pesquero del país. Opera como banca de segundo piso, con patrimonio propio y coloca sus recursos a través de Bancos y otros Intermediarios Financieros, tales como: SOFOLES, SOFOMES, Arrendadoras Financieras, Almacenes Generales de Depósito, Agentes PROCREA, Empresas de Factoraje y Uniones de Crédito.

En FIRA brindan soluciones de negocio y alternativas de desarrollo que propicien mejores condiciones de vida en el campo. Actualmente, se estima que uno de cada tres pesos de financiamiento al sector agroalimentario en México proviene de FIRA. Su experiencia en el manejo de proyectos productivos y apoyos al sector agroalimentario de México, hacen de FIRA la mejor alternativa de financiamiento para el sistema agroalimentario y la economía rural del país.

Los acreditados elegibles para recibir crédito con recursos de FIRA, son las personas físicas o morales constituidas de conformidad con las leyes mexicanas, dedicadas a actividades elegibles y que reúnan los requisitos definidos por el intermediario financiero para beneficiarse y obligarse por el crédito.

Tipos de Crédito FIRA

- **Crédito refaccionario.** Financiamiento que se destina para realizar inversiones fijas. El plazo máximo es de 15 años. Para plantaciones forestales y otros proyectos de larga maduración, el plazo para la amortización del principal podrá ser de hasta 20 años.

- **Crédito para conceptos de avío y capital de trabajo.** Financiamiento que se otorga para cubrir las necesidades de capital de trabajo, como adquisición de insumos, materias primas y materiales, pago de jornales, salarios y otros gastos directos de producción. El plazo máximo por ciclo o disposición es de 2 años, excepto los financiamientos destinados a la actividad comercial, que no deben exceder 180 días. En el caso de capital de trabajo permanente, el plazo máximo es de 3 años.
- **Crédito prendario.** Se otorga para facilitar la comercialización y la captación de recursos de manera expedita a las empresas con necesidades de capital de trabajo, que disponen de inventarios, ya sea de materias primas o productos en proceso y terminados, que pueden ser objeto de pignoración y garantizar con dicha prenda el crédito solicitado. Se otorga por un plazo máximo de 180 días.
- **Arrendamiento.** Financiamiento para la adquisición de bienes de activo fijo susceptibles de arrendamiento, bienes muebles e inmuebles, elegibles de ser apoyados con recursos FIRA.

Adicional a lo anterior, se otorgan créditos para actividades no tradicionales del sector rural, a través de los siguientes Esquemas:

- **Financiamiento rural.** Es el apoyo crediticio que FIRA otorga para financiar cualquier actividad económica lícita que se desarrolla en el medio rural, diferente de las que efectúan las empresas de los sectores agropecuario, forestal y pesquero, que propician la generación de empleos y la reactivación económica. Son elegibles proyectos viables técnica y financieramente, que se lleven a cabo en poblaciones que no excedan 50,000 habitantes.
- **Microcrédito.** Es un esquema cuyo propósito es incrementar la penetración y cobertura de los mercados financieros rurales, especialmente de productores, a través de operaciones de microcrédito. Se autorizan líneas de crédito a los intermediarios financieros de acuerdo a su plan de negocios, para que otorguen créditos para capital de trabajo, conceptos de avío y crédito refaccionario, cuyo importe no rebase 20,000 UDIS, con plazo de hasta 18 meses por disposición y en moneda nacional. No son elegibles los créditos al consumo.¹⁴⁴

¹⁴⁴ FIRA Disponible en: <http://www.fira.gob.mx/ProductosySolucionesXML/FondeoFira.jsp>
(Consultado 02 de Febrero de 2010)

Por otro lado no podemos dejar a un lado que también existen instituciones privadas que ofrecen algún tipo de financiamiento y que de hecho nos sirven como intermediarios en algunos casos con las instituciones públicas.

5.5.2 FINANCIAMIENTO DE INSTITUCIONES PRIVADAS

Se mencionan las principales instituciones privadas en México que ofrecen algún financiamiento para empresas exportadoras, dichos programas pueden ir variando dependiendo de las condiciones económicas actuales, por ello es aconsejable acudir a la institución para solicitar la información actualizada. (Ver Tabla 5.3)

TABLA 5.3
PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES PRIVADAS

INSTITUCIÓN	APOYOS
AFIRME	Banca Afirme te apoya en tus actividades de Comercio Exterior con: Carta de Crédito Cobranzas Documentarias de Importación y Exportación Cobranzas Simples (Cheques) Compra - Venta de divisas, Transferencias Internacionales Remesas Sobre el Extranjero Giros Comerciales
BANAMEX	Financiamiento a las Exportaciones En apoyo al comercio exterior de México, Banamex. Pone a tu disposición diversos esquemas y opciones de financiamiento de corto y largo plazo, en dólares americanos, para la exportación e importación.
GRUPO FINANCIERO MIFEL	Créditos a la exportación Créditos a la pre-exportación Cartas de crédito a la exportación Crédito Productivo PYME
BANORTE	Cartas de crédito a la exportación Círculo PYME Crediactivo Banorte

BBVA-BANCOMER	Financiamiento PYMES Tarjeta Negocios Crédito Equipamiento (activos fijos) Crédito Capital de Trabajo Crédito Líquido PyME
HSBC	Factoraje a proveedores Factoraje a Clientes Cartas de Crédito Financiamiento y Comercio Internacional
Santander Serfín	Financiamiento a las Exportaciones Super Crédito Negocio Financiamiento empresarial
Banco del Bajío	Crédito Pyme y Mypime Crédito empresarial
Grupo financiero MONEX	Programa de Factoraje de Exportación Cartas de Crédito.

Fuente: Elaboración propia con datos de las páginas de cada institución, se recomienda verificar con la institución la información actualizada antes de solicitar algún apoyo.

Estas son algunas de las instituciones tanto públicas como privadas que pueden ofrecer algún tipo de financiamiento o apoyo a las empresas para el impulso de sus exportaciones, aunque pueden ir cambiando sus programas e incluso desaparecer del mercado de acuerdo a las condiciones económicas del país, por lo que se recomienda acudir personalmente a las instituciones para solicitar información actualizada, de preferencia siempre es recomendable comparar opciones lo cual le ayudará a tomar una mejor decisión.

Así mismo, existen algunos programas que se llevan a cabo por medio de los gobiernos de los estados, entre ellos mencionaremos los apoyos existentes en los estados productores de plátano;

- **PROGRAMAS DE APOYO EN EL ESTADO DE TABASCO**

Programa: Fondo de apoyo a la capitalización de productores. Apoya a las organizaciones legalmente constituidas y agrupaciones del sector agropecuario, forestal y pesca, con financiamiento accesible y recuperable para las propias organizaciones para la formación de la banca social tabasqueña que permita en el futuro proveer de servicios financieros a los productores de nivel económico medio y bajo. El programa esta dirigido a grupos de productores del medio rural que viven en condiciones de pobreza, que desarrollen una actividad productiva, misma que puede haber sido financiado por cualquiera de los tres niveles de gobierno o bien con recursos propios, pero que sin embargo, se requieren recursos económicos adicionales para lograr su crecimiento o consolidación. Acudir a la Secretaría de Desarrollo Agropecuario Forestal y Pesca del estado de Tabasco (SEDAFOP) para mayor información.

Programa: Apoyo a organizaciones a través de fondos de garantía. A través de este instrumento, la SEDAFOP otorga garantías fiduciarias hasta por un 30%, para respaldar créditos ante las diferentes instituciones del sistema financiero nacional. Los fideicomisos apoyan a diversas organizaciones de productores rurales legalmente constituidas, que tienen que presentar su solicitud de crédito en la institución financiera de su preferencia. Una vez que ésta es aprobada, la banca solicita al fideicomiso las garantías requeridas para respaldar ese crédito.

- **PROGRAMAS DE APOYO EN EL ESTADO DE COLIMA**

Apoyo a las pequeñas y medianas empresas en la promoción de su oferta exportable en el extranjero a través de diversos servicios como: asesoría en el proceso de exportación, promoción de sus productos en eventos internacionales, apoyo para la promoción en el extranjero en medios especializados y vinculación con otros organismos de apoyo al comercio exterior a través de la Secretaría de Fomento Económico de este estado.

Así mismo, se realiza evaluación y otorgamiento de créditos al sector empresarial de Colima, para el financiamiento de proyectos de empresas establecidas o para la creación de nuevas empresas.

Por su parte el Fondo Pyme promueve el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas, y las iniciativas de los emprendedores, así como a aquellos que promuevan la inversión productiva que permita generar más y mejores empleos, mejores empresas y mejores emprendedores.

Por otro lado, a través de la Fundación Produce Colima A.C. en el 2011 se creó el proyecto de Investigación y transferencia de tecnología llamado *“Elaboración de Métodos de Control integrado de plagas y enfermedades, principalmente la Sigakota Negra del plátano *Mycosphaerella Fijensis*”*, la institución encargada de dicho proyecto fue el Consejo Estatal de Productores de Plátano Colima, A.C., con un monto aprobado de \$378,000.00¹⁴⁵

• PROGRAMAS DE APOYO EN EL ESTADO DE CHIAPAS

Programa Facilitador. El Gobierno del Estado de Chiapas, respalda a las MiPyMES mediante un apoyo único y sin precedentes en todo el país con el Programa Facilitador de Acceso al Financiamiento, impulsado por el Fondo de Fomento Económico, “Chiapas Solidario” El Gobierno de Juan Sabines, un esfuerzo con las instituciones Banamex y Banorte desde el año 2009, operando este programa de reembolso de intereses pagados, a todas las MIPYMES que se inscriben a través de estas instituciones bancarias y cumplen puntualmente con sus obligaciones financieras.

Este fideicomiso destina recursos autorizados del Gobierno del Estado de Chiapas reduciendo los costos financieros de los créditos que ofrecen dichas instituciones

¹⁴⁵ http://www.colimaproduce.net/documentos/Proyectos_Aprobados.pdf (Consultado el 05 de Marzo del 2012)

bancarias, para apoyar al desarrollo de empresas que impulsan la economía chiapaneca y generan empleos en la comunidad.

También ofrece los siguientes servicios;

Servicios Comercio. Los siguientes servicios son proporcionados por la Subsecretaría de Comercio y son: Identificación de Nuevos Productos con Valor Agregado, Asesorías en Proyectos Comerciales y Participación en Foros, Ferias y Misiones Comerciales.

Servicios MiPyMES. Los siguientes servicios son proporcionados por la Subsecretaría Micro, Pequeñas y Medianas Empresas; Diseño de Logotipo, Asesoría Financiera, Asesoría Empresarial, Asesoría Marca Chiapas, Asesoría en Comercio y Centro Integral de Capacitación (CICAP).

Centro Chiapas Emprende. Es un espacio creado para iniciar o hacer crecer un negocio, desde tiendas de abarrotes y talleres hasta grandes empresas. Busca dar atención personalizada, ágil y eficiente, en un entorno moderno con tecnología de vanguardia y personal altamente capacitado para asesorar al empresario acorde a la etapa en la que se encuentre su negocio. Ofrece en el mismo lugar múltiples servicios; se trabaja para desarrollar una empresa, desde el impulso de la idea, constitución, financiamiento, capacitación, hasta la comercialización de los productos o servicios.

- **PROGRAMAS EN EL ESTADO DE VERACRUZ**

El Centro de Desarrollo Empresarial Veracruzano -CEDEVER, dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico, apoya a las micro, pequeñas y medianas empresas veracruzanas (sectores Agroindustria, Industria, Comercio y Servicios) en su creación, operación y consolidación, mediante el acceso sencillo y práctico a planes que orienten su desempeño de manera estratégica.

Los servicios que ofrece son: Diagnóstico Empresarial, Asesoría, Capacitación, Consultoría Especializada, Promoción Comercial, Subsidios para el desarrollo de

productos, Registro de Marca, Diseño e impresión de etiquetas, Diseño e imagen corporativa, Vinculación a fondos de financiamiento.

Fondo del Futuro. Es una herramienta para la creación, desarrollo, promoción y consolidación de las MIPYME'S, mediante el otorgamiento de financiamiento bajo condiciones accesibles y ágiles que permitan a las MIPYME'S veracruzanas y sectores productivos en general, la obtención de los recursos económicos suficientes para el impulso y fortalecimiento de sus actividades productivas. Tiene como meta atender todos aquellos sectores productivos que pertenezcan a la industria, comercio, servicios, agroindustria y turismo. Para información sobre convocatorias, asesorías y requisitos visite el sitio web www.fondodelfuturo.gob.mx

Fondo Pyme. Este Fondo del Gobierno Federal, es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas. Para más información, requisitos y contacto visita el sitio web www.fondopyme.gob.mx.

Sistema Producto Plátano de Veracruz. Es una agrupación de productores de plátano del Estado de Veracruz con la finalidad de apoyar con créditos y capacitación para la mejora de sus productos, a través de:

- BANANA FINC. Fondo de Inversión y Capitalización, su objetivo es: Impulsar, la productividad y la calidad del producto plátano en Veracruz. Crédito al productor por hectárea: \$10,000.00, interés: 16.8% anual fijo, protege ante eventualidades de la economía.
- FONDO DE ASEGURAMIENTO AGRICOLA DEL GOLFO. Los eventos naturales perjudican a la sociedad rural que vive de la agricultura afectando su economía es por ello que se tiene que proteger el sector agrícola contra dichos fenómenos climatológicos mediante la contratación del seguro agrícola en el cultivo del plátano ya que estos fenómenos naturales son imprevisibles e inevitables.

El pago de seguro se realiza de 8 a 10 días después de la verificación y la aprobación del organismo integrador nacional.¹⁴⁶

- **PROGRAMAS EN EL ESTADO DE JALISCO**

Avanza. Financiamiento a las MIPYMES establecidas, que les permita continuar con su proyecto empresarial y las fortalezca, generando un crecimiento mediante el desarrollo que los constituya como un negocio viable, formal y en franco crecimiento.

Emprende tu Negocio. Financiamiento a emprendedores del Estado, para la creación y desarrollo de nuevas micro y pequeñas empresas, creando en ellos la cultura de financiamiento y desarrollo empresarial.

Extensionismo Financiero PyME. Programa de acceso al financiamiento, desarrollado como una herramienta de apoyo integral a los Emprendedores y Micro, Pequeños y Medianos Empresarios del Estado que sean sujetos de crédito, para que tengan acceso al financiamiento a través de personal calificado que les brindará atención especializada para obtener el financiamiento más adecuado a sus características y necesidades, fomentando con ello la cultura empresarial en el sector.

- **PROGRAMAS EN EL ESTADO DE GUERRERO**

Fondo De Apoyo a la Micro Pequeña y Mediana Empresa del Estado de Guerrero. (FAMPEGRO). Es un Organismo Promotor Descentralizado de la Secretaría de Desarrollo Económico, que tiene como misión: Apoyar y fomentar el desarrollo sostenido de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa a través de la instrumentación de esquemas crediticios con tasas de interés y periodos de recuperación competitivos; así como contribuir a la generación de empleo y autoempleo mediante la diversificación de la actividad en el Estado.

Finalmente como se pudo observar a lo largo de este capítulo, México cuenta con una serie de instituciones y programas encargados de brindar apoyo en cuestión de fomento, promoción y financiamiento a las empresas exportadoras con la finalidad de

¹⁴⁶ Sistema Producto plátano de Veracruz. Disponible en: http://platanerosdeveracruz.com/?page_id=63 (Consultado 25 DE Noviembre de 2012)

que se fortalezcan y puedan posicionar sus productos en el extranjero. Para ello se recomienda que el exportador conozca las características de los programas y que utilice los que mejor se adecuen a sus posibilidades y necesidades de su empresa, ya que muchas veces estos programas no son utilizados por falta de conocimiento.

Sin embargo, los retos en materia de apoyos y financiamiento a las exportaciones en específico para la exportación de plátano son aún muy grandes, tanto el gobierno como instituciones privadas tienen el reto de trabajar conjuntamente para ofrecer mayor capacitación sobre los esquemas y fuentes oficiales de financiamiento, así como el manejo eficiente del crédito, además de proporcionar mayor información sobre los requisitos y mecanismos de apoyo institucional para dotar de recursos profesionales, infraestructura y equipo a las organizaciones de productores de plátano, todo ello podría ayudar a aumentar las exportaciones de este producto hacia cualquier otro mercado.

CONCLUSIONES

Derivado de los cambios que se han desarrollado en el mundo observamos que el actual contexto internacional se encuentra inmerso en el fenómeno de la “globalización”, lo cual ha permitido que las distancias entre las diferentes naciones se acorten y unifiquen obligando a los países a modificar sus políticas económicas y comerciales para poder hacer frente a los retos de dicha globalización.

Los países se encuentran dentro en un proceso de apertura comercial cada vez más amplio en donde México no puede dejar de estar incluido ya que éste le permite fortalecer su economía, impulsar su desarrollo y contribuir a su bienestar.

En este marco se desarrollan las relaciones comerciales México-Japón, países que han sufrido una serie de cambios en sus políticas para ajustarse a éste proceso. Por un lado, México pasó de tener una de las políticas comerciales más cerradas a ser una de las economías más abiertas del mundo a través de la firma de numerosos tratados de libre comercio, así mismo, también ha participado activamente en varias Organizaciones Multilaterales. En el caso de Japón, desde mediados de los años cincuenta enfocó su política comercial principalmente en negociaciones multilaterales en el seno del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) hoy Organización Mundial de Comercio (OMC) y en el Foro de Cooperación Asia-Pacífico (APEC), pero no es sino hasta principios de los años 2000 cuando da un giro a su política comercial al iniciar negociaciones bilaterales para la firma de tratados de libre comercio, que complementan su política comercial en el ámbito multilateral y regional.

Estas organizaciones y el proceso de globalización mantienen a Japón y a México como parte de las principales economías a nivel internacional. Todos estos cambios en la apertura comercial trajeron como resultado la firma del Acuerdo de Asociación Económica México-Japón (AAE) que entró en vigor en el año 2005, y que hoy en día es el principal factor que regula sus relaciones bilaterales.

Para México este acuerdo significó una ventaja importante ya que fue el primer país de América Latina con el que Japón firmó un Acuerdo de Asociación Económica permitiendo con ello forjar lazos de cooperación entre México y Asia, además de tener

presencia en el mercado de una de las principales potencias económicas a nivel mundial.

PRIMERA: El entrar al mercado japonés representa una buena oportunidad para los exportadores mexicanos, sin embargo, es recomendable antes que nada tomar en cuenta algunas consideraciones para comprender mejor el contexto y las demandas de este destino, entre ellas; se debe prestar mucha importancia a la calidad de los productos ya que esto es fundamental para tener éxito en este mercado, así mismo se debe procurar ser puntual en el tiempo de entrega de la mercancía, se debe tener mucha paciencia ya que sus negociaciones son por lo regular a largo plazo y en general conocer un poco acerca de las costumbres y cultura de los japoneses, teniendo en cuenta estos aspectos les ayudará a aprovechar de una mejor manera los beneficios de entrar en éste mercado.

También es importante tener presente que actualmente Japón atraviesa por un periodo difícil después de la tragedia que vivió en Marzo del 2011 causada por el tsunami y el terremoto, una de las peores tragedias que ha vivido este territorio, las tareas de reconstrucción aún continúan y se convierten en un estímulo para reactivar la economía de este país, en un principio se vieron afectadas las operaciones de comercio pero poco a poco han ido recuperando la normalidad. Tras estos sucesos las exportaciones de este país al resto del mundo se vieron afectadas y las importaciones, en específico del sector agrícola, presentaron un ligero aumento.

SEGUNDA: Cabe mencionar que uno de los sectores en donde México se vio más beneficiado con el AAE fue el sector agrícola ya que Japón en su mayoría depende de las importaciones de alimentos, no obstante es considerado el tercer importador de productos agropecuarios en el mundo, esto se puede ver reflejado en su creciente tendencia en el consumo de alimentos sanos y frescos lo que lo convierte en una oportunidad para México de promover y potencializar las exportaciones al país nipón en éste sector.

Dentro de los productos que obtuvieron acceso preferencial a raíz del AAE encontramos el **plátano**, el cual se benefició con la exportación mediante cupos de 20,000 toneladas anuales libre de arancel con una desgravación total en el año 2015.

TERCERA: El plátano es un producto muy comercializado en Japón, ya que ha llegado a ser importante dentro de su dieta y por lo tanto lo consumen con mucha frecuencia no importando su precio alto siempre y cuando sea de la mejor calidad, es considerado un producto con muchas propiedades nutricionales y rico sabor, además tiene varios usos medicinales e industriales, aunque la principal forma de consumo es el plátano fresco o crudo.

Como sabemos México alguna vez fue uno de los productores y exportadores más relevantes de plátano, su periodo de auge se vio interrumpido con el proceso de reparto agrario y no volvió al mercado mundial hasta muchas décadas después, no obstante hoy día se ha impulsado la comercialización de este producto ya que cuenta con las condiciones climatológicas adecuadas para su producción, por lo regular se produce durante todo el año y al ser abundante en la agricultura lo hace ser de bajo costo, hay una gran variedad de plátanos, sin embargo, la más comercial y abundante es la variedad Cavendish, siendo los principales estados donde se produce: Chiapas, Veracruz, Tabasco, Colima, Nayarit, Michoacán Oaxaca, Jalisco, Guerrero y Puebla.

CUARTA: Nuestro país ha demostrado ser un país con potencial para la comercialización de plátano, sus principales destinos de exportación han sido Estados Unidos y la Unión Europea, y en menor proporción; Japón representando una opción de diversificación de mercado.

Ahora bien, se debe considerar que existen otros países con los cuales México tendrá que competir en el mercado japonés, entre ellos encontramos a: Filipinas, Ecuador, Taipéi Chino, Perú, entre otros, siendo el primero por su cercanía geográfica su principal proveedor, por esta razón los exportadores mexicanos deben de buscar todas las medidas posibles para enviar un producto competitivo.

QUINTA: Por un lado se deben buscar las opciones de transporte que realicen menos tiempo hacia Japón ya que no debemos olvidar que es un producto perecedero, el transporte aéreo es el más adecuado para pequeños volúmenes, puede ser un poco caro pero es conveniente por la rapidez, sin embargo, si se trata de grandes volúmenes el transporte marítimo es la mejor opción, ya que a pesar de la distancia

observamos que si es factible exportar plátano fresco a Japón por vía marítima, esto se vería reflejado en costos más bajos y sin que se llegue a afectar la calidad del producto, considerando que la vida de almacenamiento del plátano puede ser de hasta 5 semanas dependiendo del grado de madurez. No obstante el medio de transporte adecuado dependerá de la cantidad de mercancía que se pretende enviar y del tiempo en que se requiere este en su destino final.

En el caso de utilizar la vía marítima los productores que tienen un poco más de ventaja para exportar son aquellos que se encuentran cerca de los puertos ya que esto les ahorra tiempo de almacenamiento de la fruta, los puertos más comerciales con salidas a Japón son: el Puerto de Manzanillo, el Puerto de Lázaro Cárdenas, y el puerto de Veracruz. En Japón los principales puertos que se recomiendan son: Yokohama y Tokio, el primero es el más recomendable por ser el puerto que realiza menor tiempo de tránsito y Tokio por ser el lugar donde se encuentran la mayoría de las empresas que importan plátano.

Otro de los puntos a los que se enfrentan los exportadores es que este mercado está dominado por grandes transnacionales, por ello se sugiere buscar nuevos socios para poder ir poco a poco disminuyendo esta concentración.

SEXTA: Ante todo esto podemos concluir que si puede ser factible exportar plátano fresco a Japón, aunque por ahora solo para aquellas empresas que cuenten con el potencial para poder cumplir con las exigencias de este mercado, por lo que se sugiere que el exportador antes de realizar un envío haga un análisis cuidadoso en donde determine si su producto cuenta con todas las características necesarias para entrar sin mayor problema a Japón, además de prever si su empresa puede cumplir con la cantidad demandada por su socio en destino, ya que esto es de suma importancia para generar confianza con su cliente y tener negociaciones constantes y exitosas.

Con ello observamos que a pesar de los beneficios que el acuerdo ha generado para ambas naciones los retos aún son muy amplios para México, aún falta trabajar mucho para lograr que se aproveche al máximo el cupo asignado en el AAE para la introducción de plátano fresco a Japón, ya que a 7 años de la entrada en vigor las

empresas que se han incursionado en este mercado han sido muy pocas, por ende es necesario buscar más medidas para incentivar a los productores para que exporten hacia este mercado.

SEPTIMA: Para lograr el impulso de las exportaciones de este producto, a pesar de que México cuenta con instituciones que brindan apoyos, es necesario que se trabaje más en los diferentes programas de capacitación, transferencia de tecnología y asistencia técnica, así como en la realización de estudios que busquen la forma de combatir las diferentes plagas y enfermedades que dañan este producto, además de brindar información actualizada que le sea de utilidad para los productores, es necesario crear más ferias comerciales y promover la participación de los productores para que puedan dar a conocer su producto, así mismo faltan mayores apoyos en cuanto a financiamiento a las exportaciones, en general, se requiere de mayores apoyos a las pequeñas y medianas empresas para que puedan cumplir con los estándares requeridos y con ello puedan diversificar éste producto al mercado asiático, por lo que los retos son aún muy amplios tanto para las instituciones públicas como privadas.

Como pudimos darnos cuenta existen de igual manera ventajas y desventajas para exportar este producto, si bien no es fácil introducirse al mercado japonés tampoco es algo imposible, se espera que los productores cuenten con mayores apoyos y que se promueva la exportación hacia este mercado para que en el 2015 cuando quede por completo libre de arancel sin cupos se puedan aprovechar mejor estas ventajas y existan más empresas exportadoras de plátano con negocios exitosos en este mercado.

ANEXOS

ANEXO 1

DIRECTORIO DE EMPRESAS IMPORTADORAS DE PLÁTANO EN JAPÓN.

CHIQUITA UNIFRUTTI JAPAN LTD.

135-0048

Cho cho 1-4-8 Ward Koto, Tokio Monzennaka Monzennaka 3F Plaza

TEL 03-5245-8288

Website: <http://www.unifrutti.co.jp/>

DOLE JAPAN, LTD.

Domicilio: Product Operations Division

Tokyo Operation Center, 3F St-Nishikasai Building,

8-4-6, Nishikasai, Edogawa-ku,

Tokyo 134-0088, Japan

Tel. (81)3-5659-1075

Fax. (81)3-5659-1076

Website : <http://www.dole.co.jp/>

FRESH DEL MONTE JAPAN CO. LTD.

Website:<http://www.freshdelmonte.com/company-business-divisions-dis-centers-asia.aspx>

JAPAN - KOBE DC

15, Uozakihamamachi

Higashi-Nadaku, Kobe-shi

Hyogo-ken, 658-0024, Japan

Tel: 81-78-411-5093

Fax: 81-78-411-5098

JAPAN – KYUSHU

8F Sigma Hakata Bldg.

1-28 Gionmachi, Hakata-Ku

Fukuoka-shi, Fukuoka-ken 812-0038

Japan

Tel: 81-92-282-1520

Fax: 81-92-282-1521

JAPAN – KANSAI

Sannomiya Daiichi Seimei Bldg, 11F

69 Kyomachi, Chuo-ku

Kobe-shi, Hyogo-ken

650-0034, Japan

Tel: 81-78-325-0621

Fax: 81-78-325-0625

JAPAN - TOKYO

JT Ebisu Minami Bldg., 2F

15-1 Ebisu Minami, 1-CHOME

Shibuya-ku, Tokyo 150-0022

Japan

Tel: 81-3-5723-6111

Fax: 81-3-5723-6120

JAPAN - OSAKA DC

1-9-72 Hokuokushiratsu, Konohana-ku

Osaka-shi, Osaka-fu

554-0041, Japan

Tel: 81-6-6469-1016

Fax: 81-6-6469-1017

JAPAN - MOJI DC

3-1 Tanorakaigan, Moji-ku

Kitakyushu-shi,

Fukuoka 801--0804, Japan

Tel: 81-93-321-8807

Fax: 81-93-321-8808

JAPAN – FCO

3, Izutacho, Kanagawa-ku

Yokohma-shi, Kanagawa-ken

221-0032, Japan

Tel: 81-45-451-3111

Fax: 81-45-451-3110

TOKYO SEIKA TRADING CO., LTD.

Domicilio: 3-2-1 Tokai, Ota-ku,
Tokyo, Japan
Tel. (81)3-5492-2311
Fax. (81)3-5492-2307
E-mail: trd-b-imagawa@tokyo-seika.co.jp

SUMITOMO CHEMICAL COMPANY LIMITED

27-1,SHINKAWA 2-CHOME,CHUO KU,
TOKYO 104-8260,JAPÓN
Web site: <http://www.sumitomocorp.co.jp/english/company/map/index.html>

Principales importadores de frutas y verduras orgánicas del Japón¹⁴⁷**Mitsubishi Corporation**

(Food handling division) Mitsubishi
Shoji Building Bekkan 2-3-1
Maranouchi,
Chiyoda-ku,
Tokyo 100-8086 Japan
Teléfono (03) 32106786

Mitsui & Co Ltd

2-1 Ohtemachi 1 Chome Chiyoda-ku,

Tokyo 100-0004
Teléfono (03) 32855668
<http://www.mitsui.co.jp>

National Federation of Agricultural

Co-operative Associations (ZEN-HO)
1-8-3 Otemachi Chiyoda-ku
Tokyo 100-0004 (JA Building)
Teléfono (03) 32457126
<http://www.zennoh.or.jp/>

Nissho Iwai Corporation

(Food Department) 2-5-8 Imabashi,
Chou-ku, Osaka-shi, Osaka, 541-8558
Teléfono (6) 6209-2860

Nissho Iwai Shokuryo Co Ltd

(Food Division)

17-16 Nihonbashi Kozuma-cho, Chou-Ku,
Tokyo 103-0016
Teléfono (03) 5641-4070
Royal Co. Ltd
Keika-kaikan Building, 1-1, Sunkist Pacific
Co Ltd Zenkyoren Kojimachi Kaikan Building
3-5-1 Kojimachi, Chiyoda-ku,
Tokyo 102-0083
Teléfono (03) 52109300

Nikko Shoji Co. Ltd

JAL Building 9F,
2-4-11, Higashi-Shinagawa, Shinagawa-
ku,
Tokyo 140-8638
Teléfono (03) 5460-7177
Sumisho Fruit Co. Ltd.
CN Building
8F 2-8-3 Kiba, Kot-ku
Tokyo 1350042

Sujaku Seikai-Cho

Simogyo-ku, Kyoto-shi
Kyoto 600-8841
Teléfono (75) 344-8550

Union Co.Ltd

Tojin Building 7F,44, Akashi-cho,
Chou-ku, Kobe-shi,
Hyogo 650-0037
Teléfono (78) 392-4930

¹⁴⁷ Japón, Depósito de Documentos de la FAO. Disponible en:
<http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669S/y1669s0b.htm> (consultado 10/03/2011)

Tominaga Boeki Co. Ltd

KDD Kobe Building, 12F, 83 Kyo-
machi,
Chou-Ku, Kobe-shi,
Hyogo 650-0034
Teléfono (78) 393-1200

Takanabe & Co.Ltd

2-20-6 Ebie
Fukushima-ku, Osaka
Teléfono (06) 64517616

Sun Globe Food Inc

OHTA Status Building 7F 3-9-1 Tohkai,
OHTA-ku, Tokyo 143-0001 Japan
Teléfono (03) 54923962
<http://www.sgfd.co.jp/>

Zennikku Trading Co. Ltd

(Food department)
Shinagawa Inter city Building B 6F,
2-15-2, Konan, Minato-
ku,
Tokyo 108-6160
Teléfono (03) 57698230

Tomen Co. Ltd (Food Department)

Kokusai-Akasaka Building, East, 2-14-
27
Akasaka, Minato-ku,
Tokyo 107-8677
Teléfono (03) 3588-6826

Nichirei Corporation

Nichirei Higashi-Ginza building
6-19-20 Tsukiji, Chuo-ku
Tokyo, 104-8402, Japan

Watari Co Ltd Kobe Office

Sannamiya-kokusai Building 5F, 2-1-30,
Hamabe-dori, Chuo-ku, Kobe-shi,
Hyogo 651-0038
Teléfono (78) 231-1467

ANEXO 2 FORMATO DE ENCARGO CONFERIDO



Servicio de Administración
Tributaria

- PADRON DE IMPORTADORES.
- C. AGENTE ADUANAL.



Encargo conferido al agente aduanal para realizar operaciones de comercio exterior y la revocación del mismo.

1. FECHA DE ELABORACION:

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

LLENAR A MANO O MAQUINA, CON TINTA NEGRA O AZUL

2. CLAVE DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES:

--

3. DATOS DE IDENTIFICACION DEL IMPORTADOR:

APELLIDO PATERNO,	MATERNO	NOMBRE (S) O DENOMINACION O RAZON SOCIAL
CALLE	NUMERO Y/O LETRA EXTERIOR	NUMERO Y/O LETRA INTERIOR
COLONIA	CODIGO POSTAL	TELEFONO
LOCALIDAD	MUNICIPIO	ENTIDAD FEDERATIVA

4. TIPO DE AVISO A PRESENTAR:

(MARQUE CON UNA "X" SOLO UNA OPCION)

- A. AUTORIZACION DE PATENTES POR PRIMERA VEZ B. ADICION DE PATENTES AUTORIZADAS C. REVOCACION DEL ENCARGO CONFERIDO

5. ENCARGO QUE SE CONFIERE:

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 59, FRACCION III DE LA LEY ADUANERA VIGENTE, INFORMO QUE ENCOMIENDO AL AGENTE ADUANAL PARA EFECTUAR EL DESPACHO DE LAS MERCANCIAS DE COMERCIO EXTERIOR A NOMBRE DE MI REPRESENTADA, AL C.:

NOMBRE DEL AGENTE ADUANAL	PATENTE
<p>CON VIGENCIA: (MARQUE CON UNA "X" SOLO UNA OPCION)</p> <p>INDEFINIDO <input type="checkbox"/> POR UNA OPERACION: <input type="checkbox"/> OTRA: _____ (ESPECIFIQUE VIGENCIA: DIA/MES/AÑO)</p> <p>UN AÑO <input type="checkbox"/> _____ (ESPECIFIQUE VIGENCIA: DIA/MES/AÑO)</p>	

6. REVOCACION DEL ENCARGO CONFERIDO:

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN LA REGLA 2.6.17., NUMERAL 3. DE CARACTER GENERAL EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR, INFORMO A USTED QUE REVOCO LA ENCOMIENDA AL AGENTE ADUANAL PARA EFECTUAR EL DESPACHO DE LAS MERCANCIAS DE COMERCIO EXTERIOR A NOMBRE DE MI REPRESENTADA, AL C.:

NOMBRE DEL AGENTE ADUANAL	PATENTE
<p>A PARTIR DE: _____ (ESPECIFIQUE FECHA: DIA /MES/AÑO)</p>	

7. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL:

CLAVE DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA	
<p>BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD MANIFIESTO QUE TODOS LOS DATOS ASENTADOS SON REALES Y EXACTOS, QUE LA REPRESENTACION LEGAL CONFERIDA AL SUSCRITO NO HA SIDO REVOCADA, NI MODIFICADA TOTAL O PARCIALMENTE A LA FECHA DE EXPEDICION DEL PRESENTE Y ME COMPROMETO A DAR A CONOCER AL MENCIONADO AGENTE ADUANAL DE MANERA OPORTUNA, EL PRESENTE FORMATO, ASI COMO, EL O LOS CAMBIOS DE DOMICILIO QUE PRESENTE ANTE EL RFC PARA EL CORRECTO LLENADO DE LOS PEDIMENTOS Y, EN SU CASO, LA REVOCACION DEL PODER QUE ME FUE CONFERIDO COMO REPRESENTANTE LEGAL.</p>	
NOMBRE Y FIRMA AUTOGRAFA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL	
ACREDITACION DEL REPRESENTANTE LEGAL CONFORME AL ARTICULO 19 DEL CODIGO FISCAL DE LA FEDERACION:	
NUMERO DE ESCRITURA PUBLICA	NOMBRE Y NUMERO DEL NOTARIO PUBLICO
CIUDAD	FECHA

ESTE FORMATO DEBERA PRESENTARSE EN ORIGINAL.

Instructivo de llenado de la declaración de encargo conferido al agente aduanal para realizar operaciones de comercio exterior o su revocación

1. **Fecha de elaboración:** Se anotará la fecha de elaboración del aviso.
2. **Clave del Registro Federal de Contribuyentes:** Se anotará la clave de RFC a trece posiciones tratándose de (personas físicas) y a doce posiciones tratándose de (personas morales), para lo cual se dejará el primer espacio en blanco.
3. **Datos de identificación del importador:** Se anotará el nombre, denominación o razón social, tal y como aparece en su aviso de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes (RFC) o en el caso de existir cambio de denominación, razón social o régimen de capital, anotará el registrado actual.
4. **Tipo de aviso a presentar:** Se marcará con una "X" la opción del tipo de aviso a presentar:
 - A. Autorización de patentes por primera vez.
 - B. Adición de patentes autorizadas.
 - C. Revocación del encargo conferido.

NOTA: En caso de haber elegido la opción con la letra "C", se omitirá el llenado del punto número 5 y se procederá con el llenado del punto número 6.
5. **Encargo que se confiere:** Se anotará el nombre completo del agente aduanal, el número de la patente aduanal o autorización del mismo, así como especificar la fecha a partir de la cual se podrá llevar a cabo la encomienda.
6. **Revocación del encargo conferido:** Se anotará el nombre completo del agente aduanal, el número de la patente aduanal o autorización del mismo y se especificará la fecha (dd/mm/aaaa) en la que le será revocada la autorización para realizar operaciones de comercio exterior a nombre y por cuenta del importador.
7. **Datos del representante legal:** Se anotará claramente el nombre completo del representante legal, su clave de Registro Federal de Contribuyentes y su nombre y firma autógrafa, así mismo, se anotará el número de escritura pública, el nombre y número del notario público, la ciudad y la fecha, de la acreditación del representante legal conforme el artículo 19 del Código Fiscal de la Federación, anexando copia fotostática simple y legible del instrumento notarial correspondiente.

Nota Importante

SE DEBERA LLENAR UN FORMATO POR CADA AGENTE ADUANAL AL QUE SE LE CONFIERA EL ENCARGO PARA REALIZAR OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR.

EL NO CUMPLIR CON LOS REQUISITOS SEÑALADOS O MANIFESTAR INCORRECTAMENTE LOS DATOS, SERA CAUSA DE RECHAZO DEL PRESENTE FORMATO.

ANEXO 3.
FORMATO DE CARTA ENCOMIENDA

HOJA MEMBRETADA DE LA EMPRESA
CARTA DE ENCOMIENDA AL AGENTE ADUANAL

(Nombre de Aduana) ., a _____ de _____ de 2011

Servicio de Administración Tributaria
Administración General de Aduanas
Administración de Contabilidad y Glosa
Padrón de Importadores.
ATN: C. ADMINISTRADOR GENERAL DE ADUANAS
PRESENTE.-

_____ en mi carácter de Representante Legal (acreditado conforme al artículo 19 del Código de la Federación mediante escritura publica _____ de fecha _____ otorgada ante la fe del C. _____ Notario Publico Numero _____ de la ciudad de _____) de _____ la _____ empresa _____ con _____ R.F.C. _____ y con domicilio fiscal para oír y recibir notificaciones ubicado en _____, por medio del presenté declaro bajo protesta de decir verdad:

De conformidad con lo establecido en los artículos 36, 40, 41, 54, la fracción III del Artículo 59 y artículos 66 y 67 de la ley Aduanera en vigor, así como los artículos 18, 19 y 102 del Código Fiscal de la Federación que encomiendo a el Agente Aduanal _____ Patente _____ para que en su carácter de Agente Aduanal efectúe el despacho aduanero así como los tramites relacionados con el mismo de las mercancías de comercio exterior a nombre de mi representada.

La presente encomienda estará vigente por (puede ser por un periodo especifico, o por tiempo indefinido).

Así mismo manifiesto que es responsabilidad de mi representada, los datos correspondientes a cantidad descripción, composición y valor de toda(s) la(s) mercancías que le encomiendo para su despacho aduanero; así como el pago en su totalidad de los importes que se generen por concepto de impuestos y honorarios

ATENTAMENTE:

FIRMA AUTOGRAFA DEL REPRESENTANTE LEGAL
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL
R.F.C. DEL REPRESENTANTE LEGAL.

ANEXO 4

FORMATO DE FACTURA COMERCIAL

COMMERCIAL INVOICE (Factura Comercial)

EXPORTER	Embarcado por:
	RFC:

INVOICE NO/ FACTURA No.	_____
INCOTERM	_____
CUSTOMER NO./CLIENTE NO.	_____
FECHA FACTURA / INVOICE DATE	_____
PAYMENT TERMS	_____

BILL OF	Facturado A:
	TAX ID:

SHIP TO	Embarcado A:

No. Ref. Item Number	Cantidad Quantity	Unidad de Medida Unit of Measure	Descripcion Description	Precio Unitario Unit Price	Importe Extended Price
Total no.of packages No. Total de Bultos			TOTAL	USD	0

OBSERVATIONS / OBSERVACIONES

Signature / Firma _____

ANEXO 5

FORMATO DE LLENADO PARA EL CERTIFICADO DE ORIGEN

ACUERDO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ASOCIACION ECONOMICA ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y EL JAPON

CERTIFICADO DE ORIGEN

1. Nombre y Domicilio del Exportador		Número de Certificación:			
		3. Nombre y Domicilio del Importador:			
2. Nombre y domicilio del productor:		4. Detalles de transporte (opcional)			
5. Clasificación arancelaria SA	6. Descripción del (los) bien(es):	7. Cantidad	8. Criterio para trato Preferencial	9. Otras instancias	10. Factura
11. Observaciones:					
12. Declaración del Exportador o Productor: El que suscribe declara que: - el (los) bien(es) arriba descrito(s) cumple(n) con la (las) condición(es) requerida(s) para la expedición del presente certificado; - la información que respalda el presente Certificado es verdadera y exacta, y asumo la responsabilidad de comprobar dichas representaciones de conformidad con el Acuerdo. Lugar y Fecha:			13. Certificación: El que suscribe certifica, sobre la base de la documentación necesaria que ampara este Certificado, que el (los) bien(es) anteriormente mencionado(s) es (son) considerado(s) como originarios. Este Certificado se compone de _ hojas, incluyendo todos sus anexos. Oficina de la autoridad gubernamental competente o Designado:		
Firma: Nombre:			Sello		
Empresa:			País de expedición:		
Cargo: Teléfono/Fax: Correo electrónico:			Lugar y Fecha: Firma:		

**ACUERDO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN ECONÓMICA ENTRE LOS ESTADOS
UNIDOS MEXICANOS Y JAPÓN**

CERTIFICADO DE ORIGEN

Hoja Anexa

Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

Número de Certificación:					
2. Nombre y Domicilio del Productor:					
5. Clasificación arancelaria SA	6. Descripción del (los) bien(es)	7. Cantidad	8. Criterio para trato Preferencial	9. Otras instancias	10. Factura
Exportador o Productor		Autoridad gubernamental competente o Designado		Número de Hoja Anexa	
Nombre: Firma:		Oficina: Firma:			

Instructivo del Certificado de Origen

Para efectos de obtener trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado en forma legible y completa por el exportador o productor. La autoridad gubernamental competente o sus designados podrán llenar el certificado a petición del exportador o productor. Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

Si el espacio del certificado es insuficiente para especificar las particularidades necesarias para identificar los bienes y cualquier otra información relacionada, el exportador o productor podrá especificar la información en la hoja anexa.

Campo 1: Indique el nombre y domicilio legal del exportador.

Campo 2: Indique el nombre y domicilio legal del productor. Si los bienes amparados en el certificado son elaborados por más de un productor, anexe una lista de los productores, incluyendo el nombre legal completo (denominación o razón social) y domicilio, haciendo referencia directa a cada bien descrito en el campo 6. Cuando se desee que la información contenida en este campo sea confidencial, deberá señalarse: "Available to Customs upon request" (DISPONIBLE A SOLICITUD DE LA AUTORIDAD ADUANERA). En caso de que el productor y el exportador sean la misma persona, señale: "SAME" (IGUAL).

Campo 3: Indique el nombre legal y domicilio legal del importador.

Campo 4: Proporcione el nombre del puerto de embarque, puerto de tránsito, puerto de desembarque, nombre de la embarcación/número de vuelo.

El llenado de este campo es opcional. Si el campo no es llenado, éste se dejará en blanco.

Campo 5: Para cada bien descrito en el Campo 6, identifique la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado (SA) a seis dígitos.

Campo 6: Proporcione una descripción completa de cada bien. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción del bien contenida en factura, así como con la descripción que le corresponda al bien en el Sistema Armonizado (SA).

Nota: La descripción de los bienes listados en el Anexo 2-B, será de conformidad con la descripción dispuesta en dicho Anexo.

Campo 7: Para cada bien descrito en el Campo 6, indique la cantidad a ser exportada de conformidad con la(s) unidad(es) de medida establecida (s) en la factura.

Campo 8: Para cada bien descrito en el Campo 6, indique el criterio (desde la A hasta la D y TPL) aplicable. Las reglas de origen se encuentran en el Capítulo 4 y en el Anexo 4.

Nota: Con el fin de acogerse al trato arancelario preferencial, cada bien debe cumplir con alguno de los siguientes criterios:

Criterios para trato preferencial

- A:** El bien es obtenido en su totalidad o producido enteramente en el Area de una o ambas Partes, según la definición del Artículo 38.
- B:** El bien es producido enteramente en el Area de una o ambas Partes a partir exclusivamente de materiales originarios.
- C:** El bien es producido enteramente en el Area de una o ambas Partes utilizando materiales no originarios y satisface la regla de origen específica, establecida en el Anexo 4, así como todas las demás disposiciones aplicables del capítulo 4, cuando el bien sea producido enteramente en el Area de una o ambas Partes utilizando materiales no originarios.
- D:** El bien es producido enteramente en el Area de una o ambas Partes, pero uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción del bien no cumplen con un cambio de clasificación arancelaria aplicable. No obstante, los bienes cumplen con el requisito de valor de contenido regional especificado en el subpárrafo 1 (d) del Artículo 22, y cumple con todas las demás disposiciones aplicables del capítulo 4. Este criterio se limita a las siguientes circunstancias:
 - (i) El bien se ha importado al Área de una Parte sin ensamblar o desensamblado, pero se ha clasificado como un bien ensamblado de conformidad con la regla 2(a) de las Reglas Generales de Interpretación del Sistema Armonizado; o

- (ii) la partida para el bien es la misma tanto para el bien como para sus partes y los describe específicamente y esa partida no se divide en subpartidas o la subpartida es la misma tanto para el bien como para sus partes y los describe específicamente.

Nota: Este criterio no se aplica a los bienes comprendidos en los Capítulos 61 al 63 del SA (Referencia: subpárrafo 1(d) del Artículo 22).

TPL: El bien clasifica en el Capítulo 61, 62 o 63 y califica como originario conforme al párrafo (f) de la Sección 1 del Anexo 4.

Campo 9: Si se consideraron otras instancias para efectos de determinar el origen del bien, indique apropiadamente “DMI” para De Minimis; “IM” para materiales intermedios; “FGM” para bienes y materiales fungibles; y “ACU” para acumulación. Si ninguna otra instancia fue considerada, indique “N/A” (No Aplicable).

Campo 10: Proporcione el número de factura para cada bien descrito en el campo 6. Si la factura es expedida por una persona diferente al exportador a quien le fue expedido el certificado de origen y la persona que expide la factura se encuentra ubicada en un país no Parte, el número de la factura expedida para efectos de la importación del bien al Área de una de las Partes deberá de indicarse, y en el Campo 11 deberá indicar que los bienes serán facturados desde un tercer país, identificando el nombre legal completo (denominación o razón social) y domicilio de la persona que expidió dicha factura.

Si el número de factura expedida por el tercer país no se conociera al momento de expedir el certificado de origen, el campo deberá dejarse en blanco y el importador presentará a la administración aduanera correspondiente una declaración jurada que justifique el hecho. En esta declaración el importador deberá indicar, por lo menos, el número de la factura comercial y del certificado de origen que amparan la operación de importación.

Campo 11: Si el Certificado fue expedido de manera retrospectiva, la autoridad que expide el certificado de origen deberá indicar “ISSUED RETROSPECTIVELY” (EXPEDIDO DE MANERA RETROSPECTIVA). Si el certificado es un duplicado, la autoridad que expide el certificado de origen deberá indicar “DUPLICATE” (DUPLICADO). Si el Campo 8 fue llenado con el criterio TPL, la autoridad que expide el certificado de origen deberá indicar “CERTIFICATE OF ELIGIBILITY ATTACHED” (CERTIFICADO DE ELEGIBILIDAD ADJUNTO).

Adicionalmente, cualquier otra observación relacionada con este Certificado podrá ser indicada por la autoridad que expide el certificado de origen o el exportador o el productor.

Campo 12: Este Campo deberá ser llenado, firmado y fechado por el exportador o productor. La fecha deberá ser la fecha en la que el Certificado fue llenado.

Nota: La firma del exportador podrá ser autógrafa o impresa por medios electrónicos por el ente certificador.

Campo 13: Este campo deberá ser llenado, fechado, firmado y sellado por la autoridad gubernamental competente de la Parte exportadora o quien ella designe.

Nota: La firma de la autoridad gubernamental competente o quien ella designe podrá ser autógrafa o impresa por medios electrónicos.

Aviso 1. Cualquier elemento contenido en este formato deberá ser correcto y verdadero. Las declaraciones o documentaciones falsas relacionadas con el certificado de origen serán objeto de sanción de conformidad con las leyes y reglamentos de la Parte exportadora.

Aviso 2. El certificado de origen será una base para la determinación del origen ante la autoridad aduanera de la Parte importadora. El exportador o productor del bien podrá recibir cuestionarios por parte de la autoridad aduanera de la Parte importadora de conformidad con el subpárrafo 1 (b) del Artículo 44. La respuesta a los mismos deberá ser en inglés. Si la respuesta es insuficiente, el trato arancelario preferencial podrá ser negado. Si no se da respuesta dentro de un plazo de 30 días a partir de la fecha de recibo del cuestionario, el trato arancelario preferencial será negado.

Aviso 3. El exportador o productor deberá referir los documentos que describan las cuestiones que el solicitante deba tomar en cuenta, los cuales serán proporcionados por la autoridad gubernamental competente cuando expida el certificado de origen.

ANEXO 6

INCOTERMS 2010

EXW En fábrica (indicando lugar convenido)		EXW
Tipo de Transporte : Todo tipo de transporte		
Obligaciones del Vendedor :	Obligaciones del Comprador :	
<ul style="list-style-type: none"> •Poner la mercancía a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor. •Este término representa la mínima obligación para el vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> •Elegir el modo de transporte. •Soportar el costo del riesgo inherente al transporte, incluyendoseguimiento en tránsito, reclamaciones, etc.. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía 	<p style="text-align: center;">Riesgo y Responsabilidad del Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> •Recoger la mercancía en el local del vendedor •Contratar Transporte y Seguro de la mercancía hasta destino •Efectuar el despacho de Exportación e Importación
FCA Libre transportista (indicando el nombre del lugar convenido)		FCA
Tipo de Transporte : Todo tipo de transporte.		
Obligaciones del Vendedor :	Obligaciones del Comprador :	
<ul style="list-style-type: none"> •Entregar la mercancía al transportista designado por el Comprador en el lugar convenido. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía. 	<ul style="list-style-type: none"> •Elegir modo de transporte y transportista. •Soportar gastos y riesgos de la mercancía desde que el transportista se hace cargo de ella en el lugar convenido. 	<p style="text-align: center;">Riesgo y Responsabilidad del Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte y Seguro de la mercancía hasta destino • Efectuar el despacho de Importación
FAS Libre al costado del Barco (indicando puerto de embarque convenido)		FAS
Tipo de Transporte : Marítimo		
Obligaciones del Vendedor :	Obligaciones del Comprador :	
<ul style="list-style-type: none"> •Entregar la mercancía en el lugar designado por el comprador en el puerto convenido. (Al costado del buque). No incluye subirla a bordo del buque. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía. 	<ul style="list-style-type: none"> •Elegir Empresa Naviera y dar nombre del Buque al Vendedor. •Pagar la carga de la mercancía a bordo del buque. •Pagar flete y soportar el riesgo de la mercancía desde que el vendedor la entrega al costado del Buque. •Obtener licencias para importación. •Efectuar el despacho de importación de la mercancía. 	<p style="text-align: center;">Responsabilidad Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subir la mercancía al buque • Contratar Transporte y Seguro hasta destino • Efectuar el despacho de Importación
FOB Libre a Bordo (indicando el puerto de embarque convenido)		FOB
Tipo de Transporte : Marítimo		
Obligaciones del Vendedor :	Obligaciones del Comprador :	
<ul style="list-style-type: none"> •Entregar la mercancía a bordo del buque elegido por el Comprador en el puerto de embarque convenido. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía. 	<ul style="list-style-type: none"> •Designar y reservar el Buque. •Correr con los gastos y riesgos inherentes a la mercancía desde que es entregada a bordo del buque. 	<p style="text-align: center;">Riesgo del Vendedor Responsabilidad Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte y Seguro hasta destino • Efectuar el despacho de Importación

CFR Costo y Flete (indicando puerto de destino convenido)		<p style="text-align: center;">CFR</p> <p style="text-align: center;">TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Puerto de Embarque Puerto de Destino Comprador</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte hasta puerto de destino • Entregar a bordo del buque • Efectuar despacho de Export. • Contratar seguro hasta puerto de destino • Efectuar el despacho de Importación
<p>•Tipo de Transporte : Marítimo</p> <p>Obligaciones del Vendedor :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contratar el buque, siendo por su cuenta el flete y la carga hasta el puerto de destino. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía. 	<p>Obligaciones del Comprador :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Soportar cualquier gasto adicional y riesgo de pérdida o deterioro y su reclamación y seguimiento desde que la mercancía es puesta a bordo del buque en el puerto de embarque. 	
CIF Costo, Seguro y Flete (indicando el puerto de destino convenido).		<p style="text-align: center;">CIF</p> <p style="text-align: center;">TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Puerto de Embarque Puerto de Comprador Destino</p> <p style="text-align: center;">Riesgo del Vendedor Responsabilidad del Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte y Seguro hasta puerto de destino • Entregar a bordo del buque • Efectuar despacho de Export. • Efectuar despacho de Importación
<p>•Tipo de Transporte : Marítimo</p> <p>Obligaciones del Vendedor :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contratar el buque y pagar el flete y la carga hasta el puerto de destino. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía. •Suscribir una póliza de seguro de protección de la mercancía en el transporte por un importe mínimo del 110% de su valor. 	<p>Obligaciones del Comprador :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Aunque el Vendedor contrata y paga el seguro, la mercancía viaja a riesgo del Comprador, quien es el beneficiario de la póliza por designación directa o por el carácter transferible de la misma. 	
CPT Porte pagado hasta (indicando el lugar de destino convenido)		<p style="text-align: center;">CPT</p> <p style="text-align: center;">TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Puerto de Embarque Puerto de Destino Comprador</p> <p style="text-align: center;">Riesgo del Vendedor Responsabilidad del Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte hasta punto de destino • Entregar en el lugar convenido • Efectuar despacho de Export. • Contratar seguro hasta punto de destino • Efectuar el despacho de Importación
<p>•Tipo de Transporte : Todo tipo de transporte.</p> <p>Obligaciones del Vendedor :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contratar y pagar el transporte hasta el lugar convenido. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía. 	<p>Obligaciones del Comprador :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Soportar los riesgos inherentes a la mercancía desde que el Vendedor la entrega al primer transportista, así como cualquier gasto adicional en tránsito (carga, descarga, daños en tránsito, etc.). 	
CIP Porte, Seguro Pagado Hasta (indicando el punto de destino convenido).		<p style="text-align: center;">CIP</p> <p style="text-align: center;">TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Puerto de Embarque Puerto de Comprador Destino</p> <p style="text-align: center;">Riesgo del Vendedor Responsabilidad del Comprador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte y Seguro hasta punto de destino • Entregar en el lugar convenido • Efectuar despacho de Export. • Efectuar el despacho de Importación
<p>•Tipo de Transporte : Todo tipo de transporte.</p> <p>Obligaciones del Vendedor :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contratar y pagar el transporte de la mercancía hasta el lugar convenido. •Efectuar el despacho de exportación de la mercancía. •Contratar una póliza de seguro de protección de la mercancía en el transporte por un importe mínimo del 110% de su valor. 	<p>Obligaciones del Comprador:</p> <ul style="list-style-type: none"> Soportar los riesgos inherentes a la mercancía desde que el Vendedor la entrega al primer transportista, así como cualquier gasto adicional en tránsito (carga, descarga, daños en tránsito, etc.). 	

DAP Entregada en lugar (indicando el punto de destino convenido).		<p style="text-align: center;">DAP</p> <p style="text-align: center;">TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Comprador</p> <p style="text-align: center;">← Riesgo del Vendedor Responsabilidad del Comprador →</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte y Seguro hasta punto de destino • Entregar en el lugar convenido • Efectuar despacho de Export. <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar el despacho de Importación
<p>•Tipo de Transporte :Todo tipo de transporte. Reemplaza los anteriores Incoterms DAF, DDU y DES.</p>		
Obligaciones del Vendedor :	Obligaciones del Comprador:	
<p>•Contratar y pagar el transporte de la mercancía hasta el lugar convenido, pero sin bajarla del ultimo medio de transporte utilizado.</p> <p>•Efectuar el despacho de exportación de la mercancía.</p> <p>•Todos los riesgos y costos desde la fabrica, bodega o almacén del vendedor hasta el lugar de destino, son por cuenta y a cargo del vendedor.</p>	<p>Efectuar la importación de la mercancía y efectuar la descarga en el lugar convenido.</p>	
DAT Entrega En Terminal (indicando el lugar de destino).		<p style="text-align: center;">DAT</p> <p style="text-align: center;">TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Puerto de Embarque Puerto de Comprador Destino</p> <p style="text-align: center;">← Responsabilidad del Vendedor Comprador →</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte y Seguro hasta terminal acordada. • Entregar en Terminal • Efectuar despacho de Export. <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar Import.
<p>•Tipo de Transporte :Todo tipo. Reemplaza al anterior incoterm DEQ</p>		
Obligaciones del Vendedor :	Obligaciones del Comprador :	
<p>•Entregar la mercancía en la terminal de contenedores o de carga en el lugar de destino convenido.</p> <p>•Todos los riesgos y costos ocurridos desde la fabrica, bodega o almacén del vendedor hasta la entrega en la terminal de carga del lugar de destino convenido.</p>	<p>•Efectuar el despacho de importación de las mercancías.</p>	
DDP Entrega en destino con derechos pagados (indicando el lugar de destino convenido).		<p style="text-align: center;">DDP</p> <p style="text-align: center;">TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD</p> <p style="text-align: center;">Vendedor Puerto de Embarque Puerto de Comprador Destino</p> <p style="text-align: center;">← Riesgo y Responsabilidad del Vendedor →</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar Transporte y Seguro hasta punto de destino • Entregar en punto convenido en país de destino. • Efectuar despacho de Export. y Despacho de Import. en país de destino
<p>•Tipo de Transporte : Todo tipo.</p>		
Obligaciones del Vendedor :	Obligaciones del Comprador :	
<p>•Entregar la mercancía, por su cuenta, a disposición del Comprador, en el lugar de destino convenido en el país del Importador, incluidas las maniobras de descarga.</p> <p>•Efectuar el despacho de exportación e importación de la mercancía.</p> <p>•Representa la máxima obligación para el vendedor.</p>	<p>•Las maniobras de descarga (riesgo y costo) de la mercancía del ultimo medio de transporte corren a cargo del comprador.</p>	

Elaboración propia con datos disponibles en: <http://economaiinternacionaluvm.wikispaces.com/file/view/INCOTERMS+2010.pdf> (Consultado 16 Abril de 2013)

ANEXO 7
REQUISITOS PROGRAMAS DE SECRETARIA DE ECONOMIA Y SAGARPA

Requisitos programas de la Secretaría de Economía	
Programas Centros Pymexporta	Programa de Impulsoras de la Oferta Exportable en el Extranjero.
<p>Ser persona física o moral constituida legalmente conforme a las leyes mexicanas, estar clasificada como micro, pequeña o mediana empresa, contar con producto competitivo y tener como objetivo de la empresa el inicio y/o consolidación de sus productos o servicios en el extranjero y/o la diversificación de sus mercados de exportación.</p>	<p>Ser persona física o moral constituida legalmente conforme a las leyes mexicanas, estar clasificada como Micro, Pequeña o Mediana Empresa, contar con producto competitivo y con demanda internacional, tener vocación exportadora y que el producto de exportación sea accesible a nichos de mercado detectados por las Impulsoras en el Extranjero.</p>
Requisitos programas de la SAGARPA	
<p>Requisitos Generales: Presenten la solicitud de apoyo correspondiente, Estar al corriente en sus obligaciones ante la SAGARPA y Cumplir con los criterios y requisitos específicos establecidos para el programa y/o componente correspondiente en las Reglas de Operación de la SAGARPA, y demás disposiciones aplicables.</p>	
APOYO A LA INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA, COMPONENTE AGRÍCOLA	APOYO A LA INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA, COMPONENTE ACTIVOS PRODUCTIVOS TRADICIONALES
<p>Requisitos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acreditar la legal propiedad o posesion de los bienes inmuebles incluidas en el proyecto. (Titulo de Propiedad, Certificado Parcelario o en su caso contratos de arrendamiento de los terrenos, u otros aplicables). • Para el caso de sistemas de riego, obras de almacenamiento y distribucion de agua de riego, asi como equipamiento para extraccion de agua se debera presentar titulo de concesion de la CONAGUA o constancia del Registro Nacional Permanente para Pozos Agricolas. • Solicitudes para obras de infraestructura, instalaciones para agricultura protegida y sistemas de riego deberan presentar el presupuesto desglosado y plano de construccion y/o instalacion. Para sistemas de riego tecnificado o de infraestructura para agricultura protegida, invariablemente se debera indicar la superficie a beneficiar con la inversion objeto del apoyo. • En el caso de solicitar apoyo para el concepto de infraestructura presentar documento que acredite la legal posesion del predio. 	<p>Requisitos Específicos Proyectos Agrícolas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acreditar la legal propiedad o posesión de los bienes inmuebles destinados en el proyecto. • Para el caso de sistemas de riego, se deberá anexar concesión vigente, en trámite o cualquier documento emitido por la CONAGUA en donde acredite el volumen de agua a utilizar en el proyecto; o constancia del Registro Nacional Permanente para pozos agrícolas ubicados en zonas de libre alumbramiento.
PROGRAMA DESARROLLO DE MERCADOS AGROPECUARIOS Y PESQUEROS E INFORMACIÓN (PROMOCIÓN DE EXPOSICIONES Y FERIAS)	
<p>Requisitos. Para ser participante de los eventos de Promoción de Exposiciones y Ferias 2012-2013, las solicitudes de participación deberán ser congruentes con las convocatorias y proyectos de los eventos que al efecto haya publicado ASERCA en la página http://www.infoserca.gob.mx/mexbest/convocatoria2013.asp, por lo que cada solicitante deberá presentar la siguiente documentación:</p> <p>Generales.</p> <p>Formato de solicitud de participación conforme al Anexo 1 de las bases de este programa.</p> <p>Información de la Unidad Productiva, Anexo 2 que forma parte de dichas bases.</p>	

Elaboración propia con datos tomados de las páginas: www.economia.gob.mx y www.sagarpa.gob.mx

Nota: Se recomienda consultar con la Secretaría de Economía y la SAGARPA si hay algún otro requisito adicional

ANEXO 8

SERVICIOS FINANCIEROS BANCOMEXT

Producto:	Capital de Trabajo
Descripción:	<p>Son créditos destinados a apoyar las necesidades financieras de las empresas para llevar a cabo sus actividades productivas relacionadas con las exportaciones mexicanas. Estos apoyos financieros pueden canalizarse a:</p> <ul style="list-style-type: none">• Producción,• compra de materias primas nacionales o importadas,• acopio o mantenimiento de inventarios,• ventas de exportación directas, o• construcción y equipamiento de naves industriales para venta o arrendamiento. <p>Los requisitos son: ser una empresa constituida legalmente en México, presentar proyectos viables y rentables, contar con una fuente de pago y mostrar solvencia moral y crediticia.</p> <p>Financiamiento hasta del 100% de sus requerimientos para compra de materia prima, pago de gastos de producción y otros servicios.</p>
Producto:	Equipamiento
Descripción:	<p>Mediante los créditos para equipamiento se apoya a la adquisición de maquinaria y equipo nuevo o usado de origen nacional o de importación para el crecimiento y la modernización de la planta productiva.</p> <p>Los requisitos son: Ser una empresa exportadora, directa o indirecta, legalmente constituida en México, presentar proyectos viables desde el punto de vista técnico, de mercado, administrativo y financiero y no encontrarse en concurso mercantil, suspensión de pagos o en estado de insolvencia.</p> <p>Se financia hasta el 85% del importe de la factura en el caso de modernización o ampliación de empresas en marcha, sin incluir impuestos, transporte, seguro instalación, entre otros. Plazos de hasta 7 años con pagos mensuales, trimestrales o semestrales.</p>

Producto:	Proyectos de Inversión
Descripción:	<p>Créditos mayores a 3 millones de dólares destinados a apoyar proyectos de inversión para la implantación, adecuación, ampliación o modernización de instalaciones productivas y bodegas de almacenamiento, incluyendo la adquisición de maquinaria y equipo. Dirigido a empresas exportadoras o proveedores de exportadores.</p> <p>Los requisitos son: Ser una empresa exportadora directa o indirecta, legalmente constituida en México, tener necesidades de financiamiento mayores a 3 millones de dólares, presentar proyectos viables desde el punto de vista técnico, de mercado, administrativo y financiero y no encontrarse en concurso mercantil, suspensión de pagos o en estado de insolvencia.</p> <p>Créditos en dólares o en moneda nacional. Plazos hasta por 15 años en función de los flujos esperados del proyecto de inversión. En el caso de empresas de nueva creación, financiamos hasta el 50% del importe del proyecto. Para empresas que están operando, hasta el 85% del importe del proyecto o inversión sin que el monto exceda un 30% de incremento del activo fijo.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de Bancomext. Disponible en: <http://www.bancomext.com> (Consultado el 6 de Julio del 2011)

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabeza García, Luis Z., Regulaciones, Restricciones y Requisitos al Comercio Exterior de México, México, Ediciones fiscales ISEF, 1998, 130 p.

Campana, Enzo y Walter F. Gauna, El desafío de exportar: una visión clara y renovadora de las herramientas básicas para conquistar los mercados internacionales, Buenos Aires, Macchi, 2001, 284 p.

Champion, Jean, El plátano, España, Ed. Blume, 1968, 247 p.

Código Fiscal de la Federación 2007, 23ª Ed. México Ediciones Fiscales ISEF, 2008, 758 pp.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 4ª. ed., México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003, 264 p.

Correa Serrano, María Antonieta y Roberto Gutiérrez, Rodríguez, Tendencias de la Globalización en el nuevo milenio, UAM, México, 2002, 289 p.

Cortes, Enrique, Relaciones entre México y Japón durante el Porfiriato, México, SRE Archivo Histórico Diplomático Núm. 1, 4ª época, 1980, 133 p.

Cortina Velarde, Francisco José, Ley Aduanera: análisis y comentarios, 6ª ed., México, Ed. Themis, 2003, 203 p.

De Mente, Boye Lafayette, Como hacer negocios con los japoneses, México, Ed. McGraw-Hill, 1992, 329 p.

Díaz Leal, Eduardo Reyes, Introducción a la Logística Internacional, México, Bufete Internacional de Intercambio, 2002, 150 p.

Galan Saucó, Víctor, Los frutales tropicales en los subtrópicos II Plátano (Banana), España, Ed. Mundi-Prensa, 1992, 173 p.

Ianni, Octavio, Teorías de la Globalización, 7ª. ed., México, Ed. Siglo XXI, 2006, 184 p.

Ledesma, Carlos Alberto, Nuevos Principios y fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural, Buenos Aires, Ed. Osmar Buyatti, 2004, 357 pp.

Lerma Kirchner, Alejandro, Comercio y Mercadotecnia Internacional, 3ª Ed., México, Ed. Thomson, 2003, 433 pp.

López Villafañe Víctor y Carlos Uscanga, México frente a las grandes regiones del Mundo, México, Ed. Siglo XXI, 2000, 196 pp.

López Villafañe, Víctor, La nueva era del capitalismo. Japón y Estados Unidos en la Cuenca del Pacífico, México, Ed. Siglo XXI, 1994, 238 pp.

Martínez Legorreta, Omar y Akio Ozono (comp.), Relaciones México – Japón, nuevas dimensiones y perspectivas, México, El Colegio de México, 1985, 411 pp.

Maubert Viveros, Claudio, Comercio internacional. Aspectos operativos, administrativos y financieros, México, Ed. Trillas, 2001, 211 pp.

Moreno, José María, Manual del Exportador. Teoría y Práctica Exportadora, 4ª. Ed., Buenos Aires, Ediciones Macchi, 1993, 596 pp.

Mota Oreja, Ignacio Hilario de la, El libro del plátano, España, Alianza Editorial, 1992, 146 pp.

Ortiz Martínez, Guillermo, México transición económica y comercio exterior, 2ª. Ed., México, Banco Nacional de Comercio Exterior y Fondo de Cultura Económica, 1999, 482 pp.

Ortiz Wadgymar, Arturo, Introducción al Comercio Exterior de México: Proteccionismo o librecambismo?, México, Ed. Nuestro Tiempo, 1993, 261 pp.

Ota Mishima, Ma. Elena, México y Japón en el Siglo XIX: la política exterior de México y la consolidación de la soberanía japonesa, México, SRE, 1976, 149 pp.

Romero Castillo, Alfredo y Víctor López Villafañe (coord.), Japón Hoy, 2ª. Ed. México, Ed. Siglo XXI, 1991, 149 pp.

Simmonds, Norman Willison, Los plátanos, España, Ed. Blume, 1973, 539 pp.

Solser Valdés, Rosario Alejandra, Tratados Comerciales Internacionales, México, Ediciones Fiscales ISEF, 2006, 123 pp.

Soria Murillo, Víctor, Integración Económica y Social de las Américas, México, Ed. Itaca, 2005, 304 pp.

Thiago Cintra, José y Luis Medina Peña, Japón, México, Secretaría de la Presidencia, 1974, 571 pp.

Uscanga, Carlos, Las relaciones diplomáticas económicas entre México y Japón en el marco de la cuenca del pacífico: un análisis del concepto de diversificación, Nagoya Japón, CEPAL, 1997 pp. 5-16

Villamizar Pinto, Hernando, Introducción a la Integración Económica, Ed. Santafé de Bogota, Colombia, 2000, 216 p.

Wionczeck, Miguel S., Integración De la América Latina: Experiencias y perspectivas, México, Fondo de Cultura Económica, 1964, 381 pp.

Wionczek, Miguel y Miyoehei Shinohara (coord.), Las relaciones económicas entre México y Japón: influencia del desarrollo petrolero mexicano, México, El Colegio de México, 1982, 246 pp.

Witker Jorge y Jaramillo Gerardo, Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México, México, Instituto de investigaciones Jurídicas UNAM, 1991, 460 pp.

REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS

Enciclopedia Agropecuaria. Producción Agrícola I, Plátano. 2ª. Ed. Colombia, Ed. Terranova, Marzo 2001, pp. 242-247

Falck Reyes, Melba E., "Las relaciones económicas entre México y Japón a 120 años del primer acuerdo", Revista Mexicana de Política Exterior, México, No. 86, Junio 2009 pp. 19-65.

García de León, Guadalupe. "México y Japón: comercio bilateral en el marco del Acuerdo de Asociación Económica", Comercio Exterior, México, Vol. 60, Núm. 2, Febrero 2010, pp. 116-125

Guillen Romo, Héctor, "De la Integración Cepaliana a la Neoliberal en América Latina", Comercio Exterior, México, Vol. 51, Núm. 5, Mayo 2001, pp. 359-369

González Gálvez, Sergio. "Eventos históricos de la Relación México Japón", Revista Mexicana de Política Exterior, México, No. 86, Junio 2009 pp. 9-17.

Las 196 Naciones del Planeta Almanaque Mundial 2011. México, Ed. Televisa, Agosto 2010, 608 pp.

León Islas, Oscar. "El Acuerdo de Asociación Económica México - Japón: ¿economías complementarias o convergencia de intereses?", Comercio Exterior, México, Vol. 55, Núm. 4, Abril 2005, pp. 336-346

López Villafañe Víctor y Luis Oliver Navarro. "Las relaciones entre México y Japón en la transformación Mundial", México, Comercio Exterior, Vol. 48, Núm. 1, Enero 1998, pp. 3-14

Marketing Guidebook for Major Imported Products. JETRO, 2004, pp. 13

Ota Mishima, María Elena. "Las relaciones de México y Japón: historia de un esfuerzo binacional," Comercio Exterior, México Vol. 48, Núm. 1, Enero 1998 pp. 21-28

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

Uscanga, Carlos. "Nexos económicos México – Japón en la posguerra", Comercio Exterior, México, Vol. 48, Núm. 1, Enero 1998, pp. 15-20

Referencias de Folletos

Como Exportar a Japón, 2ª Ed., México, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1985, 136 pp.

El mercado de Frutas Mexicanas en Japón, México, Comisión Nacional de Fruticultura, 1975, 92 pp.

El mercado Japonés, un compendio de información para el exportador potencial. México, Japan External Trade Organization, 1996, pp. 156-158

México Exporta frutas frescas, 2ª Ed., México, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1985, 68 pp.

REFERENCIAS CIBEROGRÁFICAS

Acuerdo de Asociación Económica México- Japón. Disponible:
http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_JPN/Studies/puntos_s.pdf (Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

Acuerdo para el Fortalecimiento de Asociación Económica México – Japón. Disponible:
http://www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/424/1/images/Comercio_e_inversion_Mexico_Japon.pdf (Consultado el 15 Noviembre del 2010)

Acuerdo por el que se da a conocer el cupo para internar a Japón, Bananas o Plátanos frescos originarios de los Estados Unidos Disponible:
<http://www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/12/1/images/A394.pdf> (Consultado el 11 de Septiembre del 2009)

ASERCA. Disponible: http://www.aserca.gob.mx/artman/publish/article_1561.asp
(Consultado el 20 de Enero del 2010)

Agentes causales y enfermedades de Plátano. Disponible:
<http://www.scribd.com/doc/7472884/Enfermedades-en-Platano> (Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

BANCOMEXT. Disponible en: <http://www.bancomext.com> (Consultado el 25 de Enero del 2010)

Barreira Perera, Mario. La Producción de Plátano en México, alcances y perspectivas. Revista Claridades Agropecuarias. Núm. 58, Junio 1998.
<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/revistas/058/ca058.pdf#page=1>
(Consultado el 20 de Enero del 2010)

Busca México acrecentar exportaciones de productos agroalimentarios hacia Japón. Disponible en: <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/Paginas/2010-B194.aspx> (Consultado el 16 de Junio del 2010)

Campo Colima. Plan Rector de la Cadena Productiva del plátano en el Estado de Colima. 2005. Disponible en :
<http://www.campocolima.gob.mx/SISTEMAPRODUCTO/planrector/planrectorPlatano.pdf>
(Consultado el 28 de Enero del 2009)

Campo Tabasco. Particularidades del cultivo. Disponible en:
http://www.campotabasco.gob.mx/sispro_platano/pla_particularidades_cultivo.html
(Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

COMCE Noreste, A. C.
http://www.comcenoreste.org.mx/noticias/noticias_detalle.php?idNoticia=55 (Consultado el 20 de Mayo del 2011)

Chalco, Rocío. Medidas No Arancelarias en Japón. Disponible en:
http://comoexportarajapon.blogspot.com/2009_08_01_archive.html (Consultado el 31 de Julio del 2009)

Cultivo de banana o plátano. Disponible en: <http://paraquat.com/spanish/banco-de-conocimientos/producci%C3%B3n-y-protecci%C3%B3n-de-cultivos/cultivo-de-banana-o-pl%C3%A1tano> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

Derivados del fruto del plátano.

http://148.235.138.11/cadenas/guias/guiasPDF/derivados%20del%20fruto%20del%20platanano_798.pdf (Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

Directorio de Agroexportadores. Disponible en:

http://www.aserca.gob.mx/artman/publish/article_1558.asp (Consultado el 20 de Enero del 2010)

Documentos, Trámites y Dependencias para la exportación. Disponible en:

<http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/269/3/Exportacion/Operaciones.htm> (Consultado el 11 de Diciembre del 2010)

El proceso de importación. Disponible en: <http://www.banana.co.jp/> (Consultado EL 10 DE marzo del 2011)

El sur-sureste mexicano. <http://www.funprover.org/agroentorno/ene010/elsurseste.pdf> (Consultado el 01 de Septiembre del 2010)

Embajada de México en Japón, Datos Básicos, Disponible en:

<http://portal.sre.gob.mx/Japon/index.php?option=displaypage&Itemid=57&op=page&SubMenu=> (Consultado el 15 de Junio del 2010)

Falcones Saldaña, Myriam Solange y Vanessa Cecilia Viteri Guamán. Triangulación de Operaciones en empresas Multinacionales Bananeras del Ecuador. Disponible en: <http://www.dspace.espol.edu.ec/.../TESIS%20TRIANGULACIÓN%20DE%20OPERACIONES%20-%20ICHE...> (Consultado el 26 de Enero del 2009)

FOASFAT. Disponible en: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx> (Consultado el 20 de Enero del 2012)

Financiera Rural. Disponible en:

http://www.financiararural.gob.mx/Prog_prod_cred/productos/Paginas/Basicos.aspx (Consultado el 2 de Febrero del 2010)

Galván Madrueño, Esther Alejandra. Plan de Negocios de exportar plátanos a Estados Unidos. Disponible en: <http://leecolima.no-ip.org/fumarola/2010/marzo/fumarola10/?p=17> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

Gobierno del Estado de Colima. Paquete tecnológico para el cultivo del plátano en Colima. Disponible en:

<http://www.campocolima.gob.mx/paginaOEIDRUS/PaquetesTecnologicos/PTPlatano.pdf> (Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

Guía Básica del Exportador. Disponible en:

<http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/82/1/images/GuiaBasicaDelExportador.pdf> (Consultado el 03 de Octubre del 2009)

Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a Japón Disponible:

http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_japon.pdf (Consultado el 25 de Noviembre del 2010)

Guía para exportar a Japón. Disponible en:
<http://cendoc.esan.edu.pe/paginas/infoalerta/Agroexportacion/textocompleto/japon.pdf>
(Consultado el 31 de Julio del 2009)

Guía práctica para la exportación de plátano a EE.UU. Disponible en.
http://www.iica.int.ni/GuiasTecnicas/Cultivo_Platano.pdf (Consultado el 20 de Noviembre del 2009)

Hapag Lloyd, Itinerario interactivo. Disponible en:
<http://www.hapaglloyd.de/es/schedules/interactive.html> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

Incoterms 2010. <http://www.exportaweb.com/wp-content/uploads/2010/11/INCOTERMS-2010-2011.jpg> (Consultado el 10 de Enero del 2011)

Infoaserca. Disponible en: <http://www.infoaserca.gob.mx/mexbest/directorio.asp>
(Consultado el 20 de Enero del 2010)

Infoagro. El cultivo del plátano (1ª. y 2ª parte). Disponible en:
http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/platano.htm (Consultado el 13 de Noviembre del 2009)

Japón. Disponible en: http://www.bilaterals.org/rubrique.php3?id_rubrique=82 (Consultado el 11 de Julio del 2009)

JETRO. Disponible en: <http://www.jetro.go.jp/mexico/actividade/agropecuarios/>
(Consultado el 25 de Enero del 2010)

JETRO, Estudios de Mercado. Frutas Frescas, Disponible en:
<http://www.jetro.org.mx/informacion.htm> (Consultado el 05 de Septiembre del 2010)

La producción de plátano en México, alcances y perspectivas. Disponible en:
<http://www.aserca.gob.mx/sicsa/claridades/revistas/058/ca058.pdf#page=1> (Consultado el 03 de Septiembre del 2009)

Las fuentes Jurídicas Internas. Disponible en:
<http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2539/10.pdf> (Consultado el 03 de Octubre del 2010)

Ley del Impuesto al Valor Agregado. Disponible en:
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/77.pdf> (Consultado el 03 de Octubre del 2009)

Mendoza Juárez, Fredy. Relaciones Bilaterales México – Japón; las posibilidades de un Tratado de Libre Comercio. Disponible en:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/mendoza_j_f/capitulo1.pdf
(Consultado el 18 de Febrero del 2009)

México Calidad Suprema. Disponible en: <http://www.mexicocalidadsuprema.com.mx/>
(Consultado el 20 de Enero de 2010)

Norma Mexicana NMX-FF029-SCFI-2010 Disponible en:
http://www.plataneros.net/documents/nmx_029_scfi-2010.pdf (Consultado el 20 de Enero del 2010)

Monografía del plátano. Disponible en:
<http://189.210.14.166/cadenas/file/MONOGRAFIA%20DE%20PLATANO.pdf> (Consultado el 07 de Noviembre del 2009)

NYK, Schedule, Disponible en:
<http://www2.nykline.com/vesselschedules/displayDetails.nyk?pageNumber=1&serviceCode=All%20Services&scheduleId=9> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

Orozco-Santos, Mario y José Orozco-Romero. La Sigatoka Negra en Bananos y Plátanos: El Caso de México. http://musalit.inibap.org/pdf/IN050657_es.pdf ((Consultado el 20 de Octubre del 2009)

Paquete tecnológico para el cultivo del plátano en Colima.
<http://www.campocolima.gob.mx/paginaOEIDRUS/PaquetesTecnologicos/PTPlatano.pdf>
(Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

Paquete tecnológico para el cultivo del plátano.
<http://seder.col.gob.mx/paquetes/PLATANO.pdf> (Consultado el 22 de Septiembre del 2009)

Particularidades del cultivo. Disponible en:
http://www.campotabasco.gob.mx/sispro_platano/pla_particularidades_cultivo.html
(Consultado el 15 de Noviembre del 2009)

PC-025-2005 Pliego de Condiciones para el Uso de la Marca Oficial México Calidad Suprema en Banano Cavendish. Disponible en:
http://www.normich.com.mx/archivos/OC/mcs/PLIEGOS%20DE%20CONDICIONES%2012/PC_025_2005_Banano_cavendish.pdf (Consultado el 26 de Enero del 2011)

Plan Rector de la Cadena Productiva del plátano en el Estado de Colima. 2005.
Disponible en :
<http://www.campocolima.gob.mx/SISTEMAPRODUCTO/planrector/planrectorPlatano.pdf>
(Consultado el 28 de Enero del 2009)

Plan Rector del Sistema Producto Plátano. Disponible en.
<http://www.amsda.com.mx/PREestatales/Estatales/JALISCO/PREplatano.pdf> (Consultado el 15 de Enero del 2009)

Plan rector nacional. Disponible en:
http://www.plataneros.net/documents/plan_rector.pdf (Consultado el 01 de Septiembre del 2010)

Plátano. Disponible en:
<http://www.sdr.gob.mx/Contenido/CadenasProductivas/paquetes%20tecnologicos/PLATANO.pdf>
(Consultado el 17 de Diciembre del 2009)

Plátano. Disponible en:
<http://fundacionproducegro.org.mx/wp-content/uploads/2012/05/12-PI%20C3%A1tano.pdf>
(Consultado el 19 de Febrero del 2013)

Proexport Colombia, Guía para exportar a Japón. Disponible en:
<http://www.proexport.gov.co/VbeContent/library/documents/DocNewsNo4533DocumentNo7382.PDF> (Consultado el 05 de Julio del 2009)

Programa Activos Productivos Tradicionales, Disponible en:
http://www.sagarpa.gob.mx/ProgramasSAGARPA/2012/programa1/activos_tradicionales/Paginas/Descripci%C3%B3n.aspx (Consultado el 04 de Febrero del 2012)

Programas de Apoyo de la SAGARPA 2012, disponible en:
<http://www.sagarpa.gob.mx/programassagarpa/Paginas/default.aspx#> (Consultado el 07 Febrero de 2012)

Programa Soporte Componente Promoción de Exportaciones y Ferias. Disponible en:
http://www.aserca.gob.mx/artman/uploads/benef_eye_2010.pdf (Consultado el 18 de Junio del 2011)

ProMéxico. Síntesis de la relación comercial México – Japón. Disponible en:
http://promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/2221/2/nb_japon.pdf (Consultado el 18 de Agosto del 2010)

ProMéxico. Guía Básica del Exportador. Disponible en:
<http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/352/2/GuiaExportador2007.pdf> (Consultado el 11 de Diciembre del 2009)

PROMOAGRO. Disponible en: <http://www.aserca.gob.mx/secsa/subhomes/acerca.asp>
(Consultado el 20 de Enero del 2010)

PROSEC. Disponible en:
http://www.promexico.gob.mx/wb/Promexico/programa_de_fomento#1 (Consultado el 20 de Enero del 2010)

Requisitos fitosanitarios para exportar plátano a Japón. Disponible en:
<http://www.senasica.gob.mx/?idnot=174> (Consultado el 20 de Noviembre del 2011)

Reyes Solís, Juan Roberto. La nueva alianza transpacífica. El acuerdo de asociación económica México-Japón. Disponible en:
<http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero3-05/> (Consultado el 18 de Febrero del 2009)

Secretaría de Desarrollo Rural. *Plátano*. Disponible en:
<http://www.sdr.gob.mx/Contenido/CadenasProductivas/paquetes%20tecnologicos/PLATANO.pdf> (Consultado el 17 de Diciembre del 2009)

Secretaría de Desarrollo Rural del Estado de Puebla. Monografía del plátano.
<http://189.210.14.166/cadenas/file/MONOGRAFIA%20DE%20PLATANO.pdf> (Consultado el 07 de Noviembre del 2009)

Secretaría de Economía, Fomento a las exportaciones. Disponible en:
http://www.mipymeglobal.com/exportacion_inf/apoyo_gobierno/exportaciones_secret_economia.pdf (Consultado el 02 de Diciembre del 2009)

Servicio Nacional de Sanidad Inocuidad y Calidad Agroalimentaria. Del Certificado Fitosanitario Internacional. <http://www.senasica.gob.mx/?id=669> (Consultado 11 de Diciembre del 2010)

Síntesis de la relación comercial México Japón. Disponible en:
http://www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/2221/2/nb_japon.pdf (Consultado el 15 de Junio del 2010)

Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2000-2010. Disponible en:
<http://www.plataneros.net/pdf/estadisticas.pdf> (Consultado el 01 de Septiembre del 2010)

Sistema de Información Arancelaria vía Internet. Disponible en: <http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/fraccionAction.do?tigie=08030001> (Consultado el 11 de Diciembre del 2009)

Sistema Integrado de información de Comercio Exterior. Plátano Orgánico, Disponible en:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/banano1.pdf> (Consultado el 20 de Febrero del 2010)

Sistema producto plátano. Boletín informativo Dic. 2008. Disponible en:
<http://plataneros.org/Revista.pdf> (Consultado el 19 de Enero del 2009)

Solís, Mireya. México y Japón: las oportunidades de libre comercio. Disponible en:
http://www.sice.oas.org/tpd/mex_jpn/studies/oportunidades_s.pdf (Consultado el 20 de Febrero del 2009)

Tipos de contenedores. Disponible en: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm> (Consultado el 06 de Marzo del 2011)

Trade Map. Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Disponible en: http://www.trademap.org/Country_SelProduct. (Consultado el 05 de Mayo del 2011)

Tratado de Comercio entre el Japón y México. Disponible en:
http://untreaty.un.org/unts/60001_120000/14/40/00027956.pdf (Consultado el 18 de Febrero del 2009)