

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Proyecto de exportación de papaya variedad Tainung 1 al mercado de Estados Unidos de Norte América

Autor: Bertha Lluvia Solis Corza

**Tesina presentada para obtener el título de:
Lic. En Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:
María Guadalupe Equihua Vergara**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**“PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD
TAINUNG 1 AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE
AMÉRICA”**

TESINA

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

BERTHA LUVIA SOLIS CORZA

Asesor:

MTRA. MARIA GUADALUPE EQUIHUA VERGARA

No. De acuerdo LCI 100843

CLAVE 16PSU0011T

INDICE

INDICE.....	1
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIEMITNOS.....	5
1. La empresa y el personal clave	
1.1 antecedentes de la empresa.....	7
1.2 Misión, objetivos y metas.....	9
1.3 Portafolio de negocios.....	11
1.4 Cadena de valor y proceso medulares.....	12
1.5 Organización actual y equipo directivo.....	15
Su formación, experiencia, y responsabilidades	
Dentro de la organización	
1.6 Fortalezas y debilidades.....	19
2. Producto	
2.1 Descripción del producto.....	21
2.1.2 Clasificación arancelaria de acuerdo.....	24
Al sistema armonizado (S.A)	
2.1.3 Clasificación industrial.....	24
2.1.4 Clasificación de comercio exterior según.....	25
La revisión 3 de la clasificación uniforme	
Para el comercio internacional de las naciones	
Unidas (CUCI I SITC).	
2.2 Principales productos competidores.....	26
2.3 Principales productos competidores y tipos	
de mercados.....	27
2.4 Normas y controles de calidad.....	27
2.5 Tecnología, investigación y desarrollo.....	28
2.6 Mantenimiento y respaldo.....	29

2.7 Costo de fabricación.....	30
2.8 Valor para el cliente y ventajas competitivas para el cliente.....	31
3. Selección del mercado meta	
3.1 Situación actual del sector agrícola.....	33
En el ámbito global y doméstico y en Los mercados preseleccionados.	
3.2 Selección del país meta.....	44
3.3 Aspectos cualitativos del mercado.....	48
De Estados Unidos de Norteamérica, Características y segmentación del mercado, Prácticas comerciales y situación general De precios, canales y promoción	
3.4 Aspectos cuantitativos del mercado,.....	56
Medición y tendencias del consumo y de Las exportaciones en valor y volumen En los últimos años	
3.5 Barreras de acceso al mercado.....	57
3.6 Análisis de la competencia tanto domestica.....	61
Como internacional	
3.7 Análisis del macro entorno, detección.....	62
De oportunidades y amenazas.	
4. Aspectos operacionales	
4.1 Definición de objetivos y metas en.....	69
El mercado seleccionado	
4.2 Adecuaciones de la mezcla de mercadotecnia.....	70
4.3 Estrategia de entrada al mercado.....	71
4.4 Aspectos operacionales.....	72
4.5 Cotizaciones, incoterms, transportes.....	73

4.6 Envase y embalaje.....	75
4.7 Contratos y formas de pago.....	77
4.8 Programas de actividades a corto plazo.....	78
5. Aspectos financieros	
5.1 Recursos y/o inversiones requeridas.....	80
Y formas de refinanciamiento	
5.2 Estados financieros de resultados y balance.....	86
5.3 Principales razones financieras de.....	88
Apalancamiento, liquidez y de rentabilidad	
CONCLUSION.....	89
ANEXOS.....	91
BIBLIOGRAFIA.....	112

DEDICATORIA

A mi mama por ser la persona más importante en mi vida, por demostrarme que no existe la derrota, porque ha dedicado cada segundo de su vida a luchar para salir adelante ante cualquier situación, por ser una guerrera incansable que en su largo camino ha forjado consigo gran peso y aun así le sonrío a la vida con gran fervor. Por enseñarme que la satisfacción se encuentra en mis propios progresos.

A ti mama te dedico mis victorias, mi vida y mi ser, porque eres la fuente de mi inspiración.

Gracias, por creer en mí y por el gran esfuerzo que hiciste para darme una carrera, porque todo lo que soy te lo debo a ti.

A mi padre que no alcanzó a ver los resultados, pues partió tempranamente de esta vida y aunque ya no esté entre nosotros sigue vivo en mi pensamiento. Dedicarte ese presente me enorgullece por el apoyo que me brindaste, porque siempre creíste en mí, que podía lograr lo que me propusiera y contribuiste incondicionalmente a lograr mis metas al brindarme el ejemplo de un hombre trabajador y por sus enseñanzas de unión familiar.

Papi te dedico mi esfuerzo donde quiera que te encuentres

A mi Regina por enseñarme la capacidad que tengo para amar esto es para ti pues eres sin duda la parte más importante de mi vida y el regalo más grande que pudo darme Dios.

AGRADECIMIENTOS

A mi esposo porque es el amor de mi vida por apoyarme en los momentos difíciles en mí en trayecto de vida, y gracias por todos los momentos bellos y porque de los momentos difíciles hemos aprendido y gracias por enseñarme a amar

A mis hermanos por su apoyo y su amor incondicional y gracias por los consejos y todos tienen un lugar especial en mi corazón y aunque no estemos juntos siempre me siento unida a ustedes aunque haya kilómetros de distancia entre nosotros porque te llevo en mi mente siempre hermano.

A mis amigas y en especial a Mariela por su apoyo y por todas las veces que he recurrido a ti por un consejo y por todas las cosas que hemos pasado juntas buenas o malas.

A mis profesores que me han dado los conocimientos necesarios para enfrentarme a la vida laboral en especial a mi profesora y en su momento directora de mi carrera a LCI Ma. Guadalupe Equihua Vergara por su apoyo y asesoría.

A Georgina Hernández Estrada por proporcionarme toda la información para realización de este proyecto, por su amistad y compañerismo



CAPITULO 1

LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE

1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La empresa se denomina TERRAMEX AGRICOLA S DE RL DE CV constituida en el año 2007 en Uruapan Michoacán; Por Homero Levy de Barros de nacionalidad brasileña, que inicio su actividad como exportador en Brasil comercializando papaya de Brasil a Alemania en una empresa que se nombraba “CALIMAN” donde el solo fungía como empleado y trabajaba en el área de logística y asimismo es que decide independizarse y exportar él por su parte y el negocio era muy rentable que llego a tener mucho éxito, que decide ampliar su mercado no solo exportando de Brasil a Alemania, así que él en el año 1996 se va a radicar a Estados Unidos y abrió una sucursal pero se percató que no era rentable enviar papaya desde el país BRASIL hacia Estados Unidos de Norte América ya que encarecía el producto por lo que opto por enviar papaya de México ya que era el país más óptimo y que también se producía papaya de buena calidad y es así como inicia operaciones en México el llego en el año 2006 y se dedicó todo un año en analizar cual estado de la república mexicana era el que más producía papaya

Y fue que recorrió los estados de Tabasco, Veracruz, Colima, Yucatán y Michoacán pero al llegar al país se encontró con los problemas de la variedad del fruto ya que en México la variedad que más se produce es papaya Maradol y la variedad que se comercializa en Estados Unidos es la papaya conocida como Tainung 1 o Formosa, por lo cual decide cosechar la variedad que él necesitaba por lo que inicia como productor y empacador inicia en Nuevo Centro Michoacán poblado cercano a la Presa de Infiernillo Michoacán, pero debido a su nacionalidad, falta de experiencia, el idioma, condiciones climatológicas, la tierra que no era ideal y por falta de asesorías de ingenieros agrónomos capacitados no logro el éxito esperado resultando un fracaso en la producción de la papaya.

Quedando solamente en la actualidad como empacadora instalada en la Ciudad de Uruapan Michoacán la cual le funciona mejor ya que solo preparan la fruta y la exportan a Estados Unidos de Norte América.

DIRECCION DE LA EMPRESA

EMPAQUE: Carretera Federal 120 tramo Apatzingán-Nueva Italia #217

Antúnez Michoacán

OFICINAS: Miguel Treviño S/N

Col. Centro CP 60000

Uruapan Michoacán

1.2 MISION, OBJETIVOS Y METAS

MISION

Transmitir por medio de los supermercados reconocidos a nivel mundial nuestro liderazgo tecnológico, inocuo y rentable en producción y comercialización de papaya; basado en el cuidado ambiental y desarrollo social.

VISION

Ser la mejor productora y exportadora en México de papaya. Cumpliendo con la más alta calidad, sanidad y procesos logísticos al menor costo y brindando la satisfacción de nuestros clientes.

OBJETIVOS

- Contar siempre con políticas y procedimientos que funcionen como brújula para todos y cada uno de los que conforman la empresa.
- Abastecernos con la más alta tecnología en todo el ciclo de producción, desde las huertas, proceso de empaque, transporte y entrega final.
- Obtener todos los insumos, materia prima y recursos necesarios al más bajo costo para obtener mayores utilidades.
- Tener una capacitación excelente con todo el conjunto del recurso humano, para crear conciencia y un entrenamiento apto y eficiente cuando cada integrante de la compañía realice sus funciones.
- Tener con la sociedad un buen sentido de cultura, ofrecer una imagen limpia con responsabilidad adquirida.
- Generar empleos.

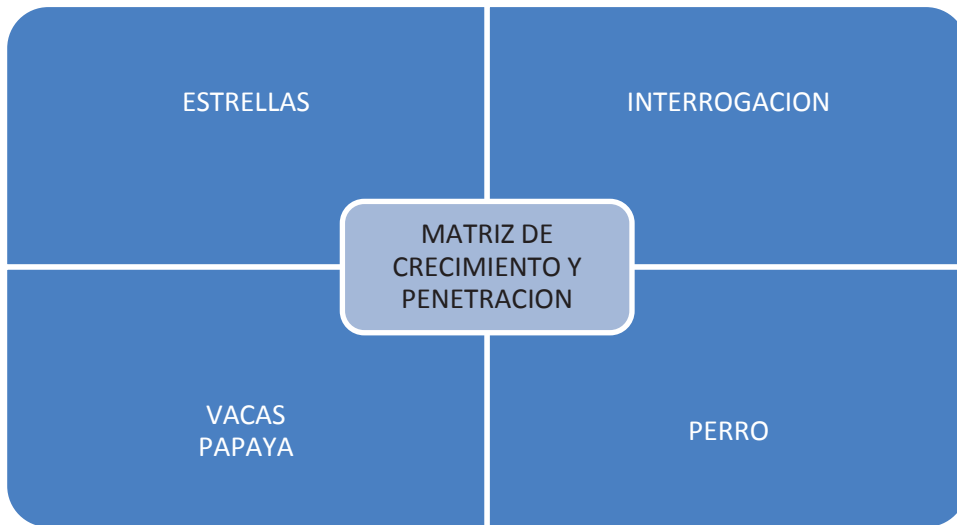
METAS

- Ser el principal proveedor de HLB en un 80% y proveer con 6 contenedores por semana siendo un símbolo de eficiencia y calidad en el mercado de papaya en USA
- Ser los mejores en exportación de papaya Golden y Formosa en el mercado estadounidense
- Existir en Michoacán como único exportador de papaya. Ser en el país el mejor productor y exportador de Golden & Formosa; desarrollando una logística admirable en aprovechamiento de ubicación y condiciones geográficas

1.3 PORTAFOLIO DE NEGOCIOS

Los demás frutales que comercializa la empresa antes mencionada son: piña, papaya, mango, limón y entre otras frutas exóticas.

PAPAYA	90%
LIMON	3%
PIÑA	3%
MANGO	3%
OTRAS FRUTAS	1%



La papaya Formosa corresponde al grupo de las vacas ya que es el producto que se comercializa al 90% y es de lento crecimiento y gran penetración ya que no se requiere de gran inversión y por lo tanto genera a la empresa las utilidades necesarias para seguir comercializando otros frutos como el limón, piña, mango y otras frutas exóticas

1.4 CADENA DE VALOR Y PROCESOS MEDULARES

CADENA DE VALOR

ACTIVIDADES PRIMARIAS

1. **LOGISTICA INTERNA:** la empresa cuenta con varios contratos exclusivos con productores de la región que le abastecen de la materia prima previa certificada y de calidad tanto en el estado de Michoacán, como en Tecoman Colima.

Se cuenta con proveedores externos de insumos necesarios para la exportación del fruto como; caja de cartón, tarimas de madera, esquineros de plástico, fleje, jabón neutro, bactericidas, fungicidas y papel de cera para envolver y etiquetas personalizadas con calidad de exportación.

2. **OPERACIONES:** una vez que llega el fruto al empaque esta se selecciona primero calidad de exportación y calidad nacional una vez que se ha seleccionado la calidad de exportación entra al proceso de lavado con jabón neutro, fungicidas y bactericidas después ingresa al proceso de secado después, es seleccionado por calibres y al mismo tiempo que seleccionan van envolviendo en papel encerado y las colocan en cajas de cartón una vez llenada la caja colocan etiquetas a cada fruta perfectamente visibles y alineadas.

3. **LOGISTICA EXTERNA:** la empresa utiliza tráileres con refrigeración proporcionado por la empresa transportista **CORNELIOS TRUCKING** para él envío del producto el cual tiene la ruta rumbo a Reynosa y cruza por la frontera de **PHARR TEXAS** y se encarga de dejar la mercancía en la bodega **BLAND FARMS** en **DONNA TEXAS**.

4. **MERCADOTECNIA Y VENTAS:** la empresa no cuenta con estrategias de marketing que le vende exclusivamente a HLB TROPICAL FOOD INC y el comprador se encarga de la distribución y marketing del producto en centros comerciales como SAM`S, COSTCO y más centros comerciales.
5. **SERVICIO:** El servicio es muy personalizados ya que el único cliente es HLB TROPICAL FOOD INC ya que se trabaja con la calidad y especificaciones requeridas por el comprador.

ACTIVIDADES DE APOYO

1. **ABASTECIMIENTO:** todos los insumos se adquieren en México y a los costos más bajos, las compras se realizan en base a los inventarios pero siempre hay en bodega un stock mínimo.
2. **DESARROLLO TECNOLOGICO:** se cuenta con tecnología de punta una de las mejores de la región como maquina seleccionadora por calibre, calderas de acero inoxidable para el lavado de fruta y cámara de refrigeración.
3. **DESARROLLO DE RECURSO HUMANOS:** se motiva constantemente a los empleados con posibilidades de que pueden ir escalando puestos de mayor jerarquía basados en su preparación y desempeño. Se cuenta con capacitaciones e incentivos por productividad.

- 4. INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA:** Se cuentan con oficinas ubicadas en Uruapan Michoacán y dos empaques ubicados en el poblado de Antúnez Michoacán y otro en Tecoman Colima.

PROCESOS MEDULARES

- 1. COMPRA** (se realiza contratos por un año con productores que tenían que vendernos todo la producción)
- 2. PRODUCCION** (proceso de lavado y de selección)
- 3. VENTA**

1.5 ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DIRECTIVO, POSICIONES CLAVES VACANTES

La empresa TERRAMEX AGRICOLA S DE RL DE CV es una empresa mediana que cuenta con una con una organización vertical ya que cada puesto tiene subordinados.

FUNCIONES POR PUESTO

GERENCIA GENERAL

Este puesto lo ocupa el gerente general y dueño de la empresa por Homero Levy de Barros encargado de ejecutar las actividades administrativas, financieras y toma de decisiones en los diferentes departamentos que conforma la empresa.

RECURSOS HUMANOS

Departamento encargado del personal de todas las áreas dedicado a desarrollar, la adecuada relación laboral, este departamento lo ocupa solamente 1 persona y sus funciones específicas son;

- Administración de los recursos humanos
- Elaborar contratos de trabajo y finiquitos
- Reclutar, capacitar y control del personal

CONTABILIDAD

Encargado de los aspectos financieros de la empresa y llevar un registro de todas las operaciones contables es dirigido por una persona la cual tiene las funciones siguiente;

- Distribución de los recursos financieros
- Dirigir y controlar las operaciones financieras
- Presentar informes detallados de gastos e ingresos
- Llevar el control de la rentabilidad de la empresa.

COMERCIO EXTERIOR

Departamento conformado por una persona y dirige y vigila el área de tráfico las funciones que realizan son:

- Contacto directo con el transportista internacional
- Coordinan la transportación desde que la fruta sale del empaque hasta que llega a la bodega en Estados Unidos de Norte América
- Contacto con los agentes aduanales que son los encargados de realizar los trámites para que cruce el producto.
- El área de trafico revisa los pedimentos de exportación
- Trámites necesarios con las dependencias gubernamentales por ejemplo; secretaria de economía,
- Se encargan de realizar todos los documentos necesarios para la exportación del embarque
- Vigilar la mercancía desde la salida del empaqué hasta que llegan a su lugar destino.

PRODUCCION

Departamento encargado del producto desde que llega de la huerta hasta que ingresa a la cámara de refrigeración pero para toda esta operación se apoya de diferentes áreas que están subordinadas a este departamento como;

SELECCIÓN; personal responsable de revisar la fruta físicamente y separa la calidad nacional y de exportación en base a criterios de los clientes en el extranjero.

LAVADO: Área formada por 6 personas que se encargan de lavar la fruta y desinfectar

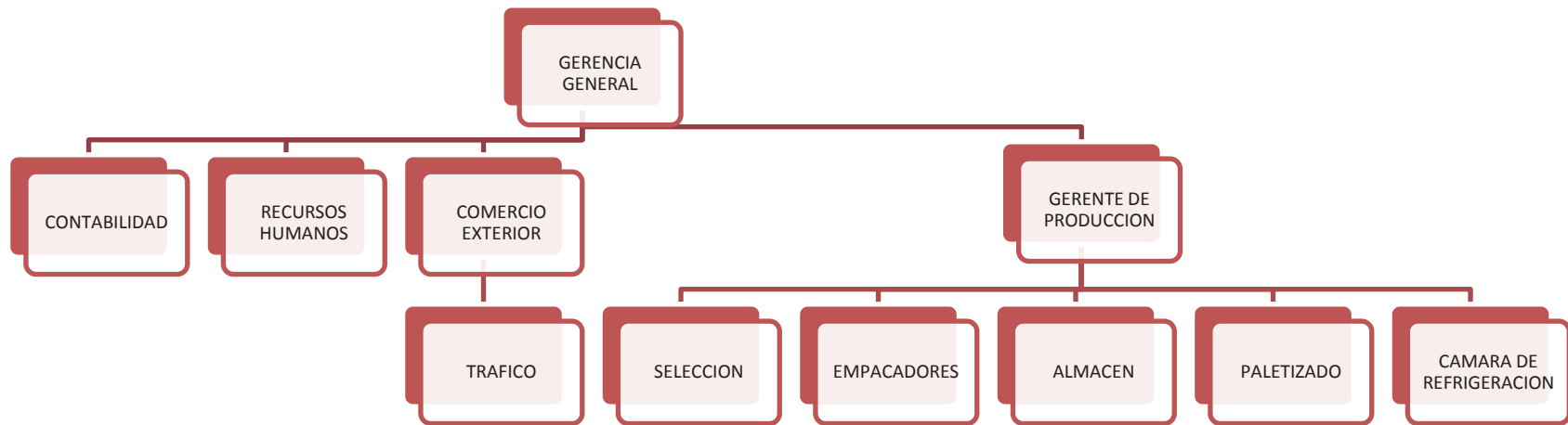
EMPACADO: Personal encargado de envolver la fruta en papel cera y las van colocando en cajas de cartón según su calibre, que fueron acomodadas etiquetando cada fruta. Lo conforman 6 empleados

PALETIZADO: Formado por 2 personas se encargan de acomodar caja por caja sobre las tarimas de madera y flejarlos hasta formar los pallets.

CAMARA DE REFRIGERACION: Almacenan los pallets en los cuartos fríos vigilando que siempre se encuentren en la temperatura correcta.

ALMACEN: Área encargada de vigilar y controlar todos los insumos así como su adquisición y solo labora 1 persona.

ORGANIGRAMA



1.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

FORTALEZAS

- Personal altamente capacitado en las áreas administrativas y operativas
- Precio competitivo
- Seguridad de compra por los planes establecidos con nuestro cliente
- Producto de calidad
- Infraestructura
- Buenas prácticas de inocuidad.

DEBILIDADES

- Nicho de mercado muy selectivo
- Capacidad financiera limitada para nuevos proyectos
- Cambios climáticos
- Personal operativo altamente rotativo.

CAPITULO 2

PRODUCTO



2.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

La papaya es orgullosamente de origen americano, la papaya fue llevada al viejo continente y luego a la región árabe. En México se le conocía como “chichihualtzapotl”, que en náhuatl significa “Zapote Nodriza”. En la actualidad se produce en muchas regiones cálidas del mundo, y se le ha llegado a conocer como “Fruta Bomba”.

La papaya es un frutal tropical que en los últimos cinco años ha sostenido mayor crecimiento en las zonas costeras de México. Posee sabor agradable, un alto valor nutritivo al ser una fuente excelente de vitamina C, alto contenido de fibra y folato, que es una vitamina B requerida para la producción de glóbulos rojos normales, además de ser un gran auxiliar para la digestión, la papaya es rica en vitamina A.

Es una planta de fácil crecimiento y producción temprana de frutos con una tasa interna de retorno rápida y en casos con tecnología adecuada alta, han hecho que la papaya esté cobrando gran importancia en los últimos años.

Su planta es Hierba arborescente de crecimiento rápido, de corta vida, de tallo sencillo o algunas veces ramificado, de 2-10 m de altura, con el tronco recto, cilíndrico, suave, esponjoso-fibroso suelto, jugoso, hueco, de color gris o café grisáceo, de 10-30 cm de diámetro y endurecido por la presencia de cicatrices grandes y prominentes causadas por la caída de hojas e inflorescencias

Este fruto requiere de ciertas exigencias de clima, suelo como son la humedad y el calor ya que son las condiciones esenciales para el buen desarrollo del papayo si no tiene la cantidad suficiente de calor, se desarrolla mal y los frutos no llegan a madurar. No se debe cultivar en áreas propensas a heladas o a temperaturas por debajo de la de congelación ya que éstas provocarían la muerte del vegetales desarrolla en cualquier tipo de suelo siempre que sean suelos ligeros, fértiles.

Las variedades comerciales Debido a que el papayo se reproduce por semilla, sean desarrolladas un gran número de variedades, empleándose en cada zona

de cultivo las mejor adaptadas a sus condiciones climatológicas. Las variedades mestizas son poco estables, y se recomienda tener cuidado en obtener semillas de progenitores que pertenezcan a la misma variedad. Destacan las variedades Solo, Bluestem, Graham, Betty, Fairchild, Rissimee, Puna y Hortusgred.

Composición por 100 gramos de porción comestible

Calorías	26,5
Hidratos de carbono (g)	6,3
Fibra (g)	1,9
Potasio (mg)	211
Magnesio (mg)	8
Provitamina A (mcg)	97,5
Vitamina C (mg)	82
Ácido fólico (mcg)	1

mcg = microgramos

El cultivo de la Papaya en México lo podemos localizar principalmente en los Estados de Chiapas, Yucatán, Quintana Roo, Veracruz, Oaxaca, **Michoacán**, Jalisco, Nayarit y, Colima.

A principios de ésta década, Veracruz era uno de los principales productores de papaya, posteriormente Chiapas lo desplazó con una considerable superficie de producción, excelente calidad y porcentajes de kilos por hectárea. Sin embargo, la producción ha venido a menos por problemas fitosanitarios que han derivado en una disminución drástica.

En la actualidad, Veracruz sigue siendo el Estado con mayor superficie cultivada de papayo, con alrededor de 4500 hectáreas, aunque existen muchos productores con pequeños predios y con poca tecnología. Por esa razón, en otras entidades cuyo avance tecnológico es mayor, los porcentajes de producción son más elevados. En ese caso se encuentra Colima, que con aproximadamente 2,000 hectáreas de cultivo, rebasa la producción de Veracruz, ya que la actualizada infraestructura de producción está más al alcance de los productores, pues la mayor parte de éstas hectáreas están con riego tecnificado y se cuenta con una mejor cultura agrícola. Nuestros porcentajes promedio de producción se encuentran entre las 80 y 100 toneladas por hectárea, aunque existen productores que rebasan con mucho éstos porcentajes, gracias a que están en constante capacitación y manejan sus cultivos con los más altos conocimientos y tecnología, a diferencia de los productores tradicionales, quienes obtienen muy bajos porcentajes de producción por creer que el cultivo del papayo es forma de conseguir dinero fácilmente, siembran sin control, sin medida, y sin darse cuenta, poco a poco dan al traste con nuestra zona productiva, repitiendo así la historia de lo que sucedió irresponsablemente en Chiapas a principios de la década.

Colima, como productor de Papaya, se encuentra reconocido nacionalmente como el primero en calidad A pesar de que es un Estado pequeño en extensión, se cuenta con importantes medios y vías de comunicación que facilitan las actividades productivas tanto antes como después de las cosecha, infraestructura que envidian en otras entidades. Los productores organizados y autoridades administrativas estatales y federales recientes han logrado establecer criterios y acuerdos de apoyos productivos como no lo habíamos visto con anterioridad.

El gremio papayero está dispuesto a seguir trabajando con la nueva administración del Gobierno del Estado y con las autoridades de la Federación con el objetivo único de superar las expectativas de los productores y de todo la que gira alrededor de este fruto, desde la generación de empleos, comercialización, obtención de insumos, maquinaria y equipo, transportes y, principalmente, el consumidor, quién es el eje y beneficiario de nuestro trabajo.

2.1.2 CLASIFICACION ARANCELARIA DE ACUERDO AL SISTEMA ARMONIZADO (S.A)

CLASIFICACION	DESCRIPCION
CAPITULO 8	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
PARTIDAS 0807	Melones, sandías y papayas, frescos
SUBPARTIDA 080720	Papayas
FRACCION 01	Papayas

2.1.3 CLASIFICACION INDUSTRIAL

1.1	Agricultura, ganadería, Aprovechamiento forestal, pesca y caza.
1.1.1.3.3	cultivos frutales y nueces
1.1.1.3.3.9	Cultivo de otros frutales no cítricos y de nueces

**2.1.4 CLASIFICACION DE COMERCIO EXTERIOR SEGÚN A REVISION 3 DE
LA CLASIFICACION UNIFORME PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL
DE LAS NACIONES UNIDAS (CUCI I SITC).**

CLASIFICACION	CONCEPTO	
0	Alimentos y animales vivos	SECCION
05	Verduras y frutas	DIVISION
057	Frutas y nueces (excepto nueces oleaginosas), frescas o secas	GRUPO
05779	Frutas frescas o secas	SUBGRUPO
05791	Melones (incluidas las sandias) y papayas frescas	RUBRO BASICO

2.2 PRINCIPALES TIPOS DE PRODUCTOS COMPETIDORES

PRODUCTO	NECESIDADES QUE CUBRE	COMPETENCIA DIRECTA	COMPETENCIA INDIRECTA
Papaya	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación de • Aporte de Vitaminas • Fibra • Antojo 	<ul style="list-style-type: none"> • Melón • Piña • Sandía 	<ul style="list-style-type: none"> • Verduras

Empresas competidoras de papaya

Caraveo SA de CV

Caliman SA

Agromod SA de CV

Fresh tex

2.3 PRINCIPALES TIPOS DE PRODUCTOS Y TIPOS DE MERCADO

TIPOS DE MERCADOS	MERCADOS ATENDIDOS ACTUALMENTE	MERCADOS DE EXPORTACION DESEABLES
DE CONSUMO	X	
INDUSTRIAL		X
INSTITUCIONAL		
DE REVENTA		

2.4 NORMAS Y CONTROLES DE CALIDAD

PRODUCTO	NORMAS MEXICANAS	NORMAS EXTRANJERAS	NORMAS INTERNACIONALES
PAPAYA	<p>PROY-NMX-FF-041-SCFI-2006 Productos alimenticios no industrializados para uso humano – Fruta Fresca – Papaya (Carica Papaya L.)- especificaciones (ANEXO 1)</p>		CODEX STAN 183-1993

2.5 TECNOLOGIA, INVESTIGACION Y DESARROLLO

La empresa es una de las mejores del país por contar con todas las normas de inocuidad desde las huertas donde se cosecha el producto hasta el manejo del fruto en el empaque, cuentan con certificaciones de PRIMUS LAB donde se avala que la empresa utiliza las mejores prácticas en inocuidad y el empaque es único en su clase en México debido a que los empaques existentes en el país tiene instalaciones carentes de tecnología y reglas de inocuidad para el manejo de la papaya, México ha tenido un gran desarrollo en los últimos años tanto como productor y exportador lo que lo obliga al empaque TERRAMEX AGRICOLA a tener un alto nivel de calidad e innovación debido al crecimiento del consumo del fruto por sus cualidades alimenticias, sabor y nutricionales.

Los productores mexicanos no tienen la mentalidad y conciencia para reintegrarse al mundo de las certificaciones porque de realizarlo le permitiría tener un producto de alto nivel y de los mejores en el mundo.

Este tipo de producto la practicas de inocuidad sanas y eficaces son lo más importante para poder tener ventajas.

Se cuenta con un departamento de nuevos productos con la fruta que no cumple con las exigencias de exportación se realizan pruebas: como es la papaya deshidratada, papaya en polvo, o papaya en hojuelas.

2.6 MANTENIMIENTO Y RESPALDO

Algunos aspectos con los que contamos superiores contra nuestros competidores

- **INSTALACION:** empaque con instalaciones únicas en el país, es un empaque formal y con reglas de inocuidad establecidas.(Anexo 3)
- **EMPAQUE:** Se caracteriza por tener una conciencia de inocuidad, higiene y capacitación para los empleados.
- **MARCA:** es una marca posicionada y ubicada por los clientes con prestigio
- **CALIDAD:** las certificaciones de la empresa obligan a llevar métodos de calidad desde la siembra del producto hasta la entrega en la bodega americana.
- **ENTREGA Y CREDITO:** La empresa maneja crédito al cliente de un periodo de 15 días hábiles a partir del día que sale el producto del empaque.

2.7 COSTOS DE FABRICACION

Gastos de Empaque por caja (maquila)	
Jabón	\$ 0.01
Fungicida	\$ 0.65
Sanitizantes	\$ 0.10
Guantes	\$ 0.20
Cofias	\$ 0.03
Papel	\$ 5.60
Etiqueta	\$ 1.00
Tarima	\$ 2.31
Fleje	\$ 0.30
Esquinero	\$ 0.49
Armado de Caja	\$ 0.60
Mano de Obra	\$ 7.32
Luz	\$ 0.92
Combustible	\$ 0.67
Papelería	\$ 0.56
Agua	\$ 0.19
Teléfono + internet	\$ 2.54
Fitos	\$ 0.51
Gtos. Administrativos	\$ 2.38
renta	\$ 2.08
utilidad de producción	\$ 2.56
Mantenimiento	\$ 2.79
Total m.n	\$ 33.81
Total usd	\$ 2.50

Fruta	\$ 7.85
Maquila	\$ 2.50
Caja Cartón	\$ 1.76
flete	\$ 1.50
Gtos aduanales	\$ 0.09

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE
ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

Recuperación	\$	0.30
total	\$	14.00

2.8 VALOR PARA EL CLIENTE Y VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO

VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO	VENTAJAS DEL COMPETIDOR
Alto valor nutricional	Mayor número de distribuidores
Excelente sabor, ya que el rango de grados brix oscila entre los 13 y 17 grados de dulzura ya que es un valor muy deseado por los consumidores	Mayor consumo ya que la mayoría de todas las empresas mexicanas exportan la papaya MARADOL, variedad de mayor comercialización es EU.
Instalaciones con tecnología	
Medidas de inocuidad	

CAPITULO 3

SELECCIÓN DEL MERCADO META

3.1 SITUACION ACTUAL DEL SECTOR AGRICOLA EN LOS AMBITOS GLOBAL Y DOMESTICOS Y EN LOS MERCADOS PRESELECCIONADOS.

3.1.2 Panorama general del sector a nivel internacional

En nuestro país hemos visto una serie de frutas tropicales y subtropicales, han tenido gran aceptación en el extranjero principalmente en Estados Unidos, Europa y Japón. La papaya no es caso de excepción ya que las exportaciones de producto mexicano han crecido últimamente en los últimos años.

La producción de papaya en el mundo está concentrada en los países del tercer mundo o en desarrollo, como México, Brasil, Nigeria, Tanzania y Zaire, y los niveles de producción se han venido incrementando, siendo Brasil y México los principales productores de América. Esto es un reto para ellos, ya que deben desarrollar tecnologías de producción que permitan crear híbridos resistentes a plagas y enfermedades, que sean de porte bajo con grandes producciones y poder establecer un dominio en el mercado mundial. Aunque las perspectivas de mercados son brillantes para la fruta la biotecnología puede desalentar la producción de la papaya para la obtención de papaína en los países del tercer mundo, ya que las empresas farmacéuticas están profundizando para clonar los genes de la papaína en laboratorios, con lo que la fuente de producción de esta enzima pasaría de los países en desarrollo a los países industrializados

Otro reto será crear los canales de comercialización que permitan a los productores acceder a mejores precios y que la fruta pueda ser adquirida por la población en general a bajo costo. Esto debe ir acompañado con una campaña publicitaria que haga del dominio público las ventajas nutritivas de la papaya para fortalecer el mercado existente y tener la posibilidad de incremento en el ámbito nacional. La posibilidad de asociar la papaya con otro tipo de cultivos es una opción tangible que puede dar mayores beneficios a los productores como

sería el establecimiento de sistemas agroforestales que es una actividad con gran futuro.

Según las cifras de la FAO los principales países exportadores de papaya en los últimos años México obtuvo el primer lugar seguidos por Brasil, Países bajos, Belice, Filipinas, Malasia, Francia, costa de marfil y Jamaica fueron los principales países en exportar y los principales países importadores fueron estados Unidos , Singapur, Canadá, China, Alemania.

MERCADO NORTEAMERICANO

La demanda de frutas y hortalizas frescas en los Estados Unidos (EE.UU.) está determinada por el tamaño y el dinamismo del mercado y de los segmentos específicos al interior de éste, por los cambios en el estilo de vida de los consumidores y por las necesidades y expectativas que buscan cuando compran este tipo de productos. Los diversos estudios realizados en los últimos años indican que los principales criterios en la decisión de compra de frutas y hortalizas frescas de los consumidores en EE.UU. se relacionan con la salud, la calidad, la seguridad, la conveniencia, la disponibilidad, la selección, la novedad y los precios razonables de los productos aspectos que más preocupan a los consumidores de hoy son: el consumo de grasas, el colesterol y el consumo de sal y azúcar.

Por otra parte, el creciente interés en productos que faciliten la preparación de los alimentos y su consumo es el resultado de múltiples cambios socio-demográficos y de estilos de vida que han dado lugar a que los consumidores tengan cada vez menos tiempo para elaborar sus comidas y a que crezca la demanda de estos productos de valor agregado. Hoy además, los productos listos para el consumo son de gran importancia para muchos jóvenes que viven por su cuenta y que tienen poca, o ninguna, experiencia culinaria.

No es sorprendente entonces, que el mercado de frutas y hortalizas precortadas sea también uno de los más dinámicos en ventas actualmente.

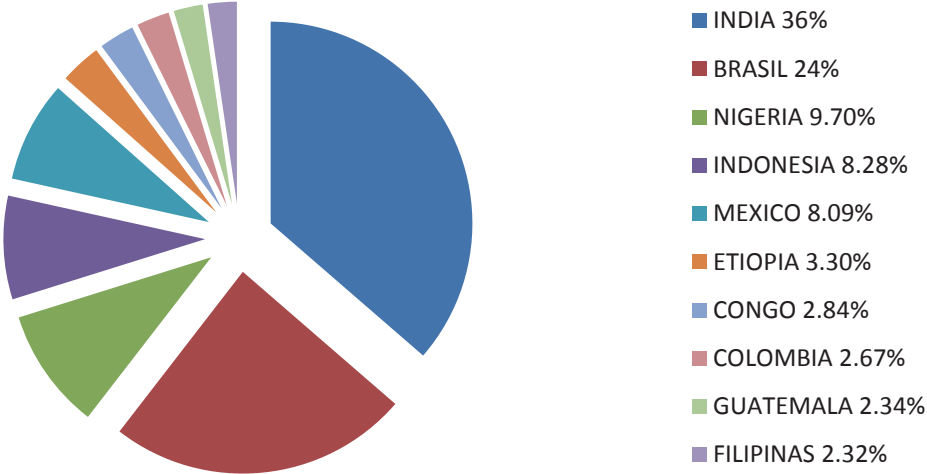
El consumo per cápita de frutas y hortalizas frescas en EE.UU. aumentó de 254 lb. En 1980 a 328lb. El 2008, lo que representa una tasa de crecimiento promedio anual del 1.4% durante este período; el consumo de hortalizas fue más dinámico que el de frutas, con una tasa de promedio anual de 1.5% y 1.2%, respectivamente. Entre 1980 y el 2008 el consumo per cápita de frutas frescas en EE.UU. subió de 104.8 lb. A 130.1 lb. El banano es la fruta que más consume, con 29.2 lb. /año en el 2008, ligeramente por encima del consumo de melón, que se situó en 27.4 lb. Y muy por encima del nivel de consumo de manzana (17.9 lb.). Mientras el consumo de estas frutas, junto con el de la uva, aumentó durante el período analizado, el de durazno, toronja y naranja registró una tendencia descendente. El consumo de mango fue, definitivamente, el más dinámico entre 1980 y el 2010, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 10.1%. Se destaca, asimismo, el consumo de limón (6.8%), papaya (6.4%), fresa (3.9%), piña (3.2%), uva (2.4%), melón (1.9%) y banano (1.8%).)No obstante el dinamismo en el consumo de frutas y hortalizas frescas en EE.UU. durante los últimos años, la meta propuesta a la población de consumir cinco porciones de frutas y hortalizas al día, como mecanismo para consumir una dieta balanceada y lograr una buena salud, está lejos de alcanzarse. De acuerdo con Fresh Produce Demographics 2008, el mayor nivel de cumplimiento de esta meta está apenas en un 33% y corresponde al segmento de consumidores de 65 años y mayores. Estas cifras confirman el gran potencial de mercado existente para las frutas y las hortalizas frescas en EE.UU. Pero, quizás de mayor importancia y relevancia en el contexto de la demanda de frutas hortalizas frescas, es el dinámico crecimiento de los grupos de consumidores hispanos y asiáticos que por tradición son grandes consumidores de estos productos: en el 2008 estos grupos representaron el 12.5% y el 4.2% de la población de EE.UU., respectivamente. Más aún, se estima que en el 2050 la población total llegará a 394millones de habitantes y

que, para entonces, el 24.5% será de origen hispano, el 8.7% de origen asiático, el 15.9% de afro-americanos y el 50.9% restante corresponderá a los de origen anglosajón, cifras que indican tanto las oportunidades como los retos para el sector de las frutas.

Los principales países productores de papaya fresca en el mundo son al 2009

PAIS	2005	2006	2007	2008	2009
INDIA	700,000	700,000	700,000	700,000	2,685,900
BRASIL	1,612,348	1,573,819	1,897,629	1,811,540	1,900,000
NIGERIA	755,000	755,500	759,000	765,000	765,000
INDONESIA	732,611	548,657	643,451	621,524	653,276
MEXICO	787,663	709,477	798,589	919,425	638,237
ETIOPIA	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000
REPUBLICA DEMOGRAFICA DEL CONGO	214,070	215,980	217,900	219,840	223,770
COLOMBIA	102,630	137,660	163,200	223,295	207,698
GUATEMALA	25,000	25,000	113,277	184,530	184,530
FILIPINAS	133,876	146,628	157,120	164,234	182,907

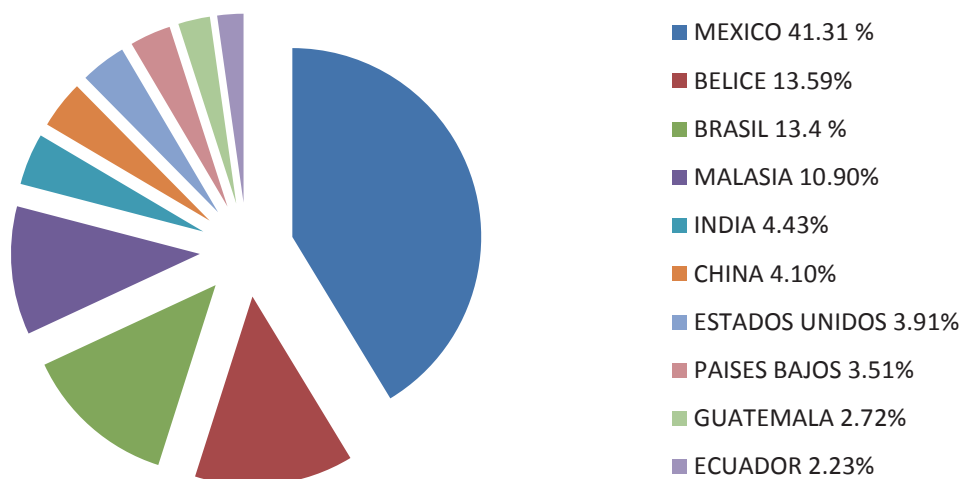
PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES DE PAPAYA



PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE PAPAYA
(Toneladas)

PAIS	2005	2006	2007	2008	2009
MEXICO	74,814	96,525	83,159	94,891	101,306
BELICE	16,886	28,751	28,635	34,475	33,341
BRASIL	39,492	35,930	38,757	32,475	32,267
MALASIA	71,473	58,149	42,008	50,545	26,938
INDIA	3,550	3,475	6,434	10,344	10,880
CHINA	5,811	4,455	6,793	4,097	10,067
ESTADOS UNIDOS	7,046	9,789	10,704	3,586	9,604
PAISES BAJOS	10,548	9,554	9,402	9,392	8,625
GUATEMALA	1,750	1,069	3,915	3,638	6,680
ECUADOR	4,477	7,196	5,373	5,549	5,486

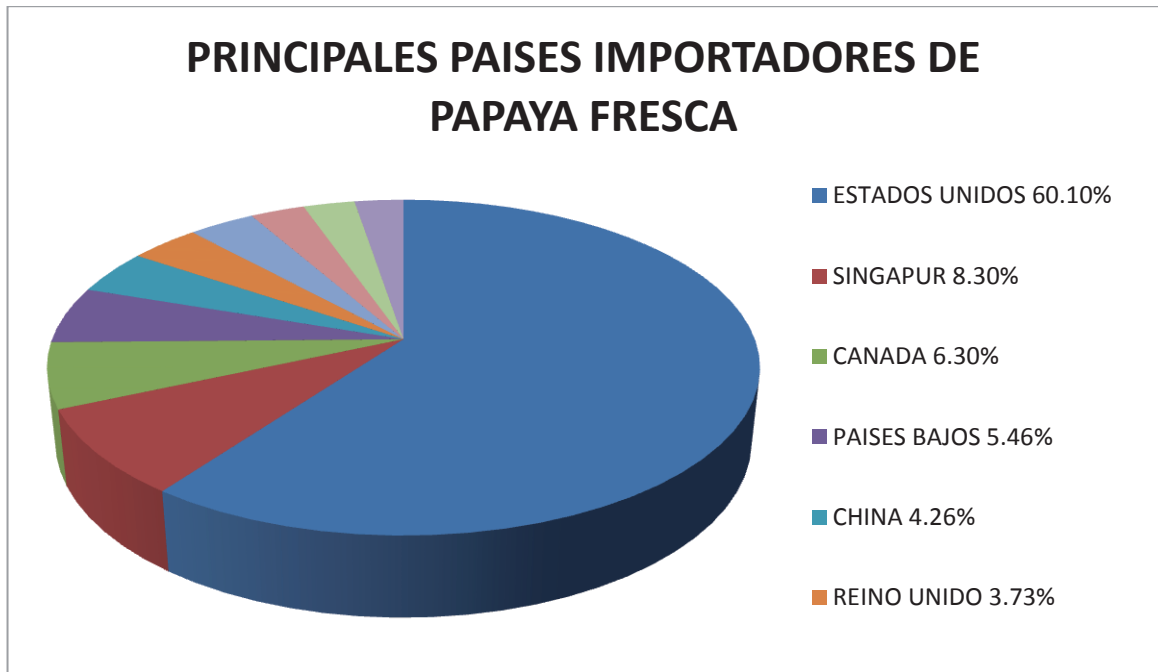
PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE PAPAYA



PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES DE PAPAYA

(Toneladas)

PAIS	2005	2006	2007	2008	2009
ESTADOS UNIDOS	101,868	126,024	116,045	132,175	138,115
SINGAPUR	27,536	24,606	25,788	25,546	19,086
CANADA	6,039	10,324	11,694	12,054	14,487
PAISES BAJOS	14,905	15,432	17,717	14,190	12,569
CHINA	3,978	4,734	3,671	4,169	9,800
REINO UNIDO	11,406	11,108	10,311	9,312	8,588
ALEMANIA	9,140	10,581	10,980	7,223	8,155
ESPAÑA	2,543	3,541	3,593	4,782	6,686
EMIRATOS ARABES UNIDOS	1,151	3,152	1,270	6,618	6,315
POTUGAL	5,316	5,686	5,727	5,548	5,992



PANORAMA GENERAL DE LA PAPAYA EN EL AMBITO DOMESTICO

Área cosechada: 17,000 Has. En el 2010

- Producción aproximada de: 1'100,000 Ton.
- Rendimiento: 80 Toneladas por Hectárea en promedio.
- México ocupa el primer lugar en el mundo en exportación, ocupando el 84% del mercado de las papayas en Estados Unidos.
- Exportamos 116,000 toneladas que equivale a 6698 contenedores.
- Exportamos el 10% de lo que producimos
- La derrama económica del sector fue de 580 millones de dólares
- Generamos 68,000 empleos directos finales
- 17 estados son los considerados productores de papaya concentrándose el 80% de la producción en: Veracruz, Chiapas, Oaxaca, Yucatán, Campeche,

Colima y el resto en los estados de: Sinaloa, Nayarit, Jalisco, Michoacán, Guerrero, Quintana Roo, Tabasco, Puebla, Tamaulipas, San Luis Potosí, Morelos.

•México tiene un aproximado de 7000 productores de papaya.



La producción de papaya ha disminuido porque Veracruz es un estado donde el 70 % de la superficie la ocupan pequeños agricultores, los cuales son los más afectados por el alto costo de los insumos y se rehúsan a implementar tecnología lo que no les permite ofertar calidad y los hace vulnerables a la caída de los precios durante el 2009. Actualmente se encuentran descapitalizados con casi ninguna oportunidad para reiniciar su proceso productivo.

También hay que considerar la influencia de las condiciones climáticas, las altas y bajas temperaturas y los nortes afectan la productividad e incrementa los costos de producción, aunado a los altos precios en los insumos ha

conllevado a que los medianos agricultores a disminuir la superficie y en que desplacen las fechas de siembra, razón por la cual durante el primer trimestre del año la siembra disminuyó 50 %.

La situación antes descrita generó que la mayoría de la fruta que llega actualmente al mercado nacional proviene de huertas a salida de cosecha, que no han sido derribadas por los altos precios actuales. Se espera que para el cuarto trimestre se oferte fruta de calidad ya que entran en cosecha la mayoría de las huertas sembradas y se incrementa la superficie porque se recibirán apoyos del gobierno y la proyección en los precios de la fruta es positiva.

Para este ciclo 2010-2011 se espera que la superficie sea un poco menor que el año pasado, de aproximadamente 4000 hectáreas, aunque con el huracán "Karl" que recién azotó este estado, se estima que se hayan perdido aproximadamente 600 hectáreas. Con todo esto, los productores no tendrán liquidez para invertir, solo lo podrán hacer esas pocas empresas que han sido exitosas en sus cultivos y son las que normalmente están exportando a Estados Unidos. Sobre los precios actuales de la fruta existe mucha incertidumbre, lo que se sabe es que se mantiene a 8 pesos por kilo. La variedad que se está sembrando es Maradol.

Michoacán

Durante este año es el estado que ha mostrado iniciativa para crecer, sobre todo en el norte del bajío de Apatzingán, el hecho de que los agricultores estén adoptando tecnología ha dado valor agregado a la fruta, a tal punto que es la que actualmente determina los precios en los mercados importantes más cercanos. En zona caliente actualmente hay establecidas aproximadamente 500 hectáreas entre medianos y grandes productores, 100 con pequeños






agricultores más 250 has hacia las Costas con un total en todo el estado de 1700 has en general.

El clima ha influido en la expansión de las superficies para el ciclo 2010 – 2011, en la mayoría de las huertas sembradas en los periodos secos (marzo – junio) disminuyó la producción por el efecto negativo que producen las altas temperaturas, provocando que se desplacen las siembras del tercer trimestre para octubre –noviembre. Es un estado que exporta pocas papayas y normalmente las que se envían a Estados Unidos se manda a Tijuana. Las papayas que no tienen calidad se venden a un precio bajo, parecido al precio de Veracruz. Las variedades que se manejan en este estado son papaya maradol, mulata y Tainung del cultivo de papaya. Su superficie sembrada es de 500 has aproximadamente (No contamos con información de primera, son datos aproximados).

Colima






En este estado se presentan los productores más altamente tecnificados, en donde se encuentran varios de los mejores productores a nivel nacional están muy bien organizados, al contar con un Consejo estatal de productores de papaya estatal. Buena parte de su producción está enfocada en la exportación ya que producen fruta de muy alta calidad. De momento están sacando huertas nuevas, y tienen poco volumen. Tienen mucha demanda en Estados Unidos. Las variedades que ofrecen los productores en Colima son: maradol, tainung, sensation e intenza, siendo la papaya maradol la que se siembra en mayor porcentaje.

3.2 SELECCIÓN DE PAIS META

PARAMETROS DE SEGMENTACION	PAISES				
	EEUA 	ESPAÑA 	CANANA 	SINGAPUR 	ALEMANIA 
Externos					
Población	313.085.000 5	47.021.031 3	34.030.589 3	5.188.000 2	82.163.00 4
Pib per cápita	48.859 4	29.500 1	37.945 2	51.142 5	45.442 3
Requerimientos normativos	5	3	3	2	3

Valor de las importaciones de papaya	73.125 5	11.695 2	17.987 3	19.086 4	18.863 3
Tamaño del mercado	5	2	4	2	3
Barreras arancelarias	5	2	3	3	4
Intensidad de la competencia	Belice, Guatemala, Ecuador y Brasil 4	India, Países Bajos, Malasia 3	Belice, Guatemala, Ecuador y Brasil 3	China 3	Reino Unido, Países bajos, España 4
Idioma	Ingles 5	Castellano, Catalán, Vasco y Gallego 5	Francés e ingles 4	Chino, Malaya, Tamil e Ingles 2	Alemán 2

Estabilidad política	4	2	5	4	4
Facilidad de distribución	5	2	4	2	2
Familiaridad del consumidor con el producto	5	3	4	2	2
Tratados comerciales	TLCAN 5	TLCUEM 4	TLCAN 5	<hr/> 1	México-UE 3

INTERNOS	EEUA 	ESPAÑA 	CANADA 	SINGAPUR 	ALEMANIA 
EXPERIENCIA DE LA EMPRESA EN EL PAIS	SI 5	SI 3	SI 4	NO 2	NO 2
CONTACTO DE NEGOCIO PREVIAMENTE ESTABLECIDOS	SI 5	NO 3	SI 3	NO 2	NO 2
PERSONAL DISPONIBLE PARA ATENDER ESE MERCADO	SI 5	NO 3	SI 4	NO 2	NO 2
RECURSOS TECNICOS SUFICIENTES	SI 5	NO 2	NO 3	NO 2	NO 2
RECURSOS FINANCIEROS SUFICIENTE	SI 5	NO 2	NO 3	NO 2	NO 2
CALIFICACION	82	45	60	42	47

3.3 ASPECTOS CUALITATIVOS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA, CARACTERISTICAS Y SEGMENTACION DEL MERCADO, PRÁCTICAS COMERCIALES Y SITUACION GENERAL DE PRECIOS, CANALES Y PROMOCION

3.3.2 ASPECTOS CUALITATIVOS

NOMBRE OFICIAL	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
CAPITAL	WASHINGTON DC
SUPERFICIE	9.629.091 km ²
POBLACION	313.085.000
IDIOMA OFICIAL	INGLES
RELIGION	PROTESTANTE, CATOLICOS, JUDIOS,
GOBIERNO	REPUBLICA FEDERAL
MONEDA	DÓLAR AMERICANO
FIESTA NACIONAL	4 DE JULIO
PRESIDENTE DEL PAIS	BARACK OBAMA

MAPA DE ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA



GEOGRAFIA

Estados Unidos de América o mejor conocido como Estados Unidos, UEA y EE.UU es una república federal constitucional compuesta por cincuenta estados y un distrito federal, la mayor parte del país se ubica en la parte del centro de América del Norte, donde se encuentran los 48 estados contiguos y Washington DC., el distrito de la capital, entre los océanos Pacífico y Atlántico al norte limita con Canadá y al sur con México.

Es el tercer país más grande del mundo por área total, es una de las naciones del mundo étnicamente más diversas y multiculturales , producto de la inmigración a gran escala es por otro lado la economía nacional más grande del mundo además se considera el país más desarrollado del mundo y un ejemplo económico a nivel mundial.

PRINCIPALES CIUDADES Y POBLACION

CIUDAD	ESTADO	POBLACION
Nueva York	Nueva York	8.459.026
Los Ángeles	California	3.878.715
Chicago	Illinois	2.878.715
Houston	Texas	2.307.883
Phoenix	Arizona	1.635.783
San Diego	California	1.309.749
San José	California	977.893

DEMOGRAFICAS

0 – 14 años 20.1% corresponde a hombres 32.107.900/mujeres 30.781.823

15 – 64 años 66.8% corresponde a hombre 104.411.352 /mujeres 104.808.064

65 años y más 13.1% corresponde a hombre 17.745.363 /mujeres 23.377.542

DE COMPORTAMIENTO:

HABITOS DE CONSUMO

En gran medida el mercado ha experimentado un crecimiento gracias al aumento de la demanda y a los avances que facilitan el comercio, tales como sistemas de comercio, en Estados Unidos las ventas de fruta fresca subieron 8.3% en el 2010 convirtiéndose en una de las categorías con mayor crecimiento debido a que son considerados como “superalimentos” con mucha mayor aceptación que los vegetales al ser más fáciles de consumir por su sabor, olor y textura más agradables aun cuando su vida de anaquel sea menor.

Las dietas evolucionan con el tiempo, bajo la influencia de muchos factores y de complejas interacciones. El nivel de ingresos, los precios, las preferencias individuales y las creencias, las tradiciones culturales, así como elementos geográficos, ambientales, sociales y económicos, conforman las características del consumo de alimentos. Durante los últimos cinco años, hemos podido observar en todo el mundo la consolidación de diversas tendencias en el gusto y la preferencia de los consumidores, las cuales han venido a modificar de manera importante los hábitos de compra y consumo de todo tipo de productos, en especial del sector agroalimentario.

Tanto el Instituto Nacional del Cáncer como el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos estiman que el americano promedio está consumiendo menos que el monto diario recomendado de fruta. Esto presenta una oportunidad para llenar la brecha con nuevos productos diseñados con frutas. Los muchos beneficios conocidos y no conocidos, aun por investigar, entregan un poderoso incentivo para aumentar el consumo de fruta, la Asociación Dietética Americana recomienda obtener estos componentes de los alimentos, en vez de suplementos.

Generalmente, las personas con baja ingestión de frutas y vegetales tienen el doble de riesgo de cáncer que aquellos con alto consumo de estos alimentos

Dentro de las principales frutas que se consumen son: plátanos, melones, manzanas, naranjas, pinas, papayas y fresas.

A mayor educación en Estados Unidos, aumenta la conciencia del consumidor y conocimientos de los temas de salud y dieta, lo cual favorece al consumo de fruta y en este caso al consumo de la papaya.

PRACTICAS COMERCIALES

Los hombres de negocios americanos generalmente prefieren manejar por si mismos la negociación y la responsabilidad completa de las decisiones en la de negociación.

Manifiestan preferencia por la informalidad y la igualdad en las relaciones humanas e indiferencia hacia las distinciones de los niveles sociales.

Permite que los negociadores extranjeros utilicen la táctica de “comprensión selectiva” como cambiar comentarios anteriores basándose en supuestos malentendidos debido a las dificultades de la lengua a menudo piensan que la persona en el equipo de negociación extranjero con la mejor capacidad de habla inglesa representa es el más inteligente e influyente. Esto puede conducirle a prestar la mayor atención a la persona incorrecta.

Se inclinan al enfoque en la etapa de la persuasión. Consideran que las primeras dos etapas del proceso de negociación son menos importantes que la de persuasión. Tienden a pasar poco tiempo en tareas secundarias; prefieren la discusión de los argumentos durante la etapa de persuasión.

Tienen visión competitiva en la negociación y esperan un resultado definido, que determinará un ganador y un perdedor. Algunas veces las negociaciones se consideran con un carácter adversario en vez de una cooperativa.

Para los americanos el contrato luce obligatorio, es un acuerdo explícitamente escrito que se espera sea cumplido en cualquier circunstancia, de allí, la expresión “un trato es un trato”. (It’s a deal). Creen ciegamente en los acuerdos.

Valora la determinación, la persistencia y la competición, dentro de un estilo inflexible de negociación.

Comercio recíproco de información honesta.

Los negociadores americanos esperan negociar la información con el otro de una manera recíproca. Los americanos valoran la franqueza, esperan franqueza (información honesta) en la negociación.

Solucionar problemas secuenciales.

Los americanos tienden a solucionar un problema de negociación separándolo en sub-temas y tratándolos de manera secuencial, conduciendo a un acuerdo definitivo como la suma de varias concesiones de temas individuales. Esto conduce al problema de que los negociadores americanos no pueden medir el progreso de las negociaciones, así, los acuerdos son a menudo inesperados incluyendo concesiones necesarias de la parte americana.

Ganar o perder la negociación.

Los americanos tienen una vista competitiva, en la negociación esperan un resultado definido, que determinará un ganador y un perdedor. Algunas veces las negociaciones se consideran con un carácter adversario en vez de una cooperativa.

Evitación del silencio.

El estilo americano de conversación contiene generalmente pocos períodos largos de silencio. Particularmente en respuesta a un callejón sin salida, la reacción del negociador americano común es intentar llenar estos períodos silenciosos con concesiones o recurriendo a la persuasión.

Acuerdos obligatorios.

Para los americanos un contrato constituye un acuerdo explícitamente escrito que se espera a que sea honrado bajo todas las circunstancias, de allí, la expresión “un trato es un trato”.

Estilo de negociación inflexible.

La cultura del americano valora la determinación, la persistencia y la competición, conduciendo a un estilo inflexible de negociación.

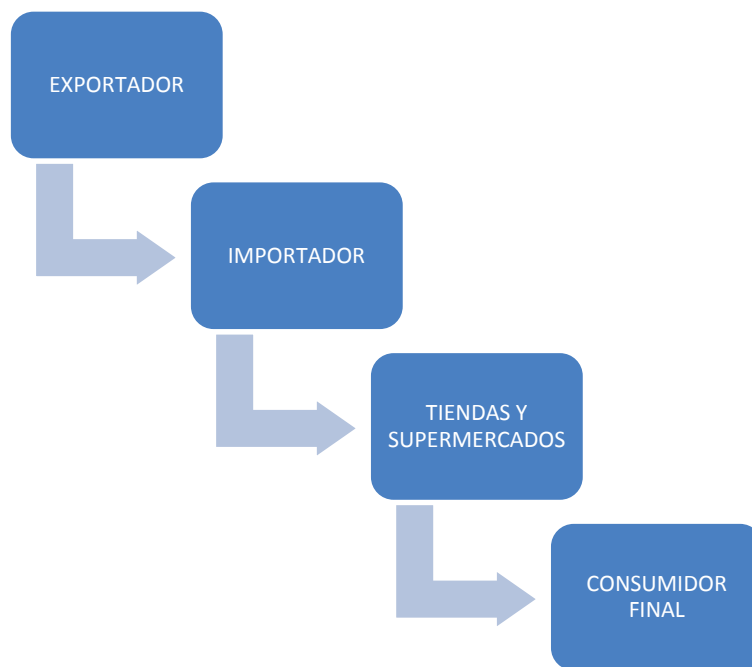
Les gusta:

- Las agendas (no hay avances de discusión o consenso).
- Son agresivos y articulados (coherentes).
- Las confrontaciones y desacuerdos se esperan como parte de las negociaciones.
- Utilizan un sistema de comunicación de estilo periodístico.
- Son propensos a las exageraciones.
- Les gusta ceñirse a los horarios.
- Interrumpen frecuentemente.
- Tienden a usar nombres propios.
- La privacidad y el espacio personal son muy importantes.
- No son particularmente expertos en lectura no verbal.

CANALES DE DISTRIBUCION

La distribución de la papaya en Estados Unidos se basa esencialmente en el envío directo del exportador al único importador el cual se encarga de distribuir el producto en los supermercados y tiendas y es responsabilidad del importador la distribución.

CANAL DE DISTRIBUCION



3.4 ASPECTOS CUANTITATIVOS DEL MERCADO. MEDICION TENDENCIAS DEL CONSUMO Y DE LAS IMPORTACIONES, EN VALOR Y/O VOLUMEN EN LOS ULTIMOS AÑOS

El valor de la producción de papaya en estados unidos es nula por lo cual también su exportación.

El valor de las importaciones de la papaya en los últimos años es:

Valor total de las importaciones en toneladas

ESTADOS UNIDOS	101,868	126,024	116,045	132,175	138,115
-----------------------	---------	---------	---------	---------	---------

Valor total de las importaciones en \$

ESTADOS UNIDOS	68,790	95,844	81,310	79,329	73,125
-----------------------	--------	--------	--------	--------	--------

3.5 BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO

BARRERAS ARANCELARIAS

Clasificación arancelaria: 08.07.20.01

Trato: Libre

De acuerdo al Tratado de Libre Comercio del Norte (TLC)

BARRERAS NO ARANCELARIAS

El comercio entre México y Estados Unidos está regulado bajo el TLCAN que es un conjunto de reglas que los tres países acuerdan para vender y comprar productos y servicios en América del Norte, se llama de Libre Comercio porque estas reglas definen como y cuando se eliminarán las barreras a libre paso de los productos y servicios entre las tres naciones; esto es, cómo y cuándo se eliminarán los permisos, las cuotas y las licencias y particularmente las tarifas y aranceles: es decir los impuestos que se cobran por exportar una mercancía

ENVASADO

Las papayas deberán envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del envase deberán ser nuevos², estar limpios y ser de calidad tal que evite cualquier daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamento no tóxico. Las papayas deberán disponerse en envases que se ajusten al Código Internacional de Prácticas Recomendado para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 44-1995).

Descripción de los Envases

Los envases deberán satisfacer las características de calidad, higiene, ventilación y resistencia necesarias para asegurar la manipulación, el transporte y la conservación apropiados de las papayas. Los envases (o lote, para productos presentados a granel) deberán estar exentos de cualquier materia y olor extraños.

ENVASES DESTINADOS AL CONSUMIDOR

Además de los requisitos de la Norma General del Codex para el Etiquetado de Alimentos Pre envasados (CODEX STAN 1-1985), se aplicarán las siguientes disposiciones específicas: 2 Para los fines de esta Norma, esto incluye el material recuperado de calidad alimentaria.

Naturaleza del Producto

Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase deberá etiquetarse con el nombre del producto y, facultativamente, con el de la variedad y/o tipo comercial.

ENVASES NO DESTINADOS A LA VENTA AL POR MENOR

Cada envase deberá llevar las siguientes indicaciones en letras agrupadas en el mismo lado, marcadas de forma legible e indeleble y visible desde el exterior, o bien en los documentos que acompañan el envío. Para los productos transportados a granel, estas indicaciones deberán aparecer en el documento que acompaña a la mercancía.

1. Identificación Nombre y dirección del exportador, envasador y/o expedidor.
Código de identificación (facultativo)
2. Naturaleza del Producto
3. Nombre del producto si el contenido no es visible desde el exterior.
Nombre de la variedad y/o tipo comercial.
4. Origen del Producto

5. País de origen y, facultativamente, nombre del lugar, distrito o región de producción.
6. Especificaciones Comerciales
7. Categoría
8. Calibre (Código de calibre o peso medio en gramos)
9. Número de unidades (facultativo)
10. Peso neto (facultativo).
11. Marca de Inspección Oficial (facultativa)

CONTAMINANTES

El producto al que se aplica las disposiciones de la presente Norma deberá cumplir con los niveles máximos de la Norma General del Codex para los Contaminantes y las Toxinas presentes en los Alimentos y Piensos (CODEX STAN 193-1995).

El producto al que se aplica las disposiciones de la presente Norma deberá cumplir con los límites máximos de residuos de plaguicidas establecidos por la Comisión del Codex Alimentarius.

HIGIENE

Se recomienda que el producto regulado por las disposiciones de la presente Norma se prepare y manipule de conformidad con las secciones apropiadas del Código Internacional Recomendado de Prácticas –Principios Generales de Higiene de los Alimentos (CAC/RCP 1-1969), Código de Prácticas de Higiene para Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 53-2003) y otros textos pertinentes del Codex, tales como códigos de prácticas y códigos de prácticas de higiene.

El producto deberá ajustarse a los criterios microbiológicos establecidos de conformidad con los Principios para el Establecimiento y la Aplicación de Criterios Microbiológicos a los Alimentos (CAC/GL 21-1997). La legislación nacional de algunos países requiere una declaración expresa del nombre y la dirección. Sin

embargo, en caso de que se utilice una marca en clave, habrá de consignarse muy cerca de ella la referencia al “envasador y/o expedidor” (o a las siglas correspondientes)

3.6 ANALISIS DE LA COMPETENCIA TANTO DOMESTICA COMO INTERNACIONAL

México destaca como el principal exportador y productor mundial teniendo el quinto lugar, teniendo como principal consumidor a la Unión Americana. Es importante mencionar que los principales consumidores de papaya en Norteamérica son de origen latino y oriental consumiendo la papaya maradol siendo esta la variedad de mayor producción en México, los americanos de origen europeo ellos consumen la papaya Tainung 1.

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE PAPAYA EN MEXICO

- Comercializadora Viniza S de RL – Oaxaca
- Gpo ARSAMEX – Sinaloa
- Agromod SA de CV. Tapachula Chiapas
- Agrocarica SA – oficina central en Monterrey Nuevo León
- Committed –Colima
- Frutas casas SA de CV – Veracruz
- Agrocomercio SA de CV – Michoacán
- Arnoldo Ramírez Rodríguez – Colima
- Mooring Post SA de CV – Veracruz

Como se analizó antes Estado Unidos de Norte América no produce papaya siendo este país un mercado donde la competitividad de papaya es muy baja ya que en el único lugar que se produce es Hawai producción que no alcanza para abastecer al país así que es una oportunidad para México.

3.7 ANALISIS DEL MACROENTORNO, DETECCION DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (Opportunities&threats)

ANALISIS DEL MACROENTORNO

Aspectos Demográficos

Estados Unidos de Norteamérica

Es el tercer país más poblado del mundo limita al norte con Canadá al este con el Océano Atlántico al sureste con el estrecho de Florida al sur con el golfo de México y con México al oeste con el océano Pacífico.

La población total es 313.085.000 habitantes formadas por:

Blancos 68.8%

- Blancos en Estados Unidos 215.402.480 (2010)

Los primeros blancos que llegaron eran españoles, después ingleses, neerlandeses, suecos y rusos. Desde la inmigración han llegado comunidades procedentes de Irlanda, Noruega, Finlandia, Dinamarca, Alemania, Francia, Portugal, Italia, Reino Unido, Canadá, Serbia, Polonia, Croacia, Chequia, Eslovaquia, Bulgaria, Hungría.

Afroamericanos 12,6%

- Negros en Estados Unidos 39.448.710 (2010)

La población procedía a través de esclavos de África la cual fue traída para cultivar las colonias británicas. Habían 2 tipos los “housesinger” (“negro claro” de los que engendraba el amo con las esclavas “y como no podía contárselo a su esposa los ponía a trabajar en la casa”), y los “fieldniggers” (“negros del campo”, de piel más oscura).

Asiáticos 4,8%

- Asiáticos en Estados Unidos 15028 (2010)

Amerindio 0,7%

- Amerindios en Estados Unidos 2.932.248 (2010)
- Cherokee ▪ Seminole ▪ Kiowa
- Navajo ▪ Potawatomi ▪ Shoshone
- Choctaw ▪ Yaqui ▪ Pima
- Sioux ▪ Tlingit-Haida ▪ Yakama
- Chippewa ▪ TohonoO'odham ▪ Ottawa
- Apache ▪ Comanche ▪ Aleutianos
- Blackfeet ▪ Athabascanos ▪ Ute
- Iroqueses ▪ Cheyenne ▪ Menominee
- Indios Pueblo ▪ Delaware ▪ Colville
- Creek ▪ Osage ▪ Yuman
- Lumbee ▪ PugetSoundSalish ▪ United Houma Nation
- Esquimales ▪ Paiute ▪ Cree
- Chickasaw ▪ Crow ▪ Latinoamericanos

Oceánicos 0,2%

- Oceánicos en Estados Unidos 540.013 (2010)
- Hawaiano ▪ Guamianos ▪ Fijiano ▪ Otros 0,02% (55.120)
- Samoano ▪ Tongano ▪ Marshallés

Latinos o Hispanos 12,55%

- Hispanos en EEUU 35.305.818

Hay 46 millones de hispanos con derecho a voto que viven en EE UU.

Otros 0.17%

467.770

- Gitanos en Estados Unidos, mestizos, mulatos

Llegados de Arabia Saudita, Egipto, Sudán.

IDIOMA

- INGLÉS 82.11%
- ESPAÑOL 10.71%
- OTROS 7.18%

RELIGION

Iglesia Católica 25,9%

Bautismo 17,2%

Ateísmo 13%

Metodismo 7,2%

Luteranismo 4,9%

Presbiterianismo 2,8%

Pentecostal 2,2%

Anglicanismo 1,8%

Mormonismo 1,4%

Judaísmo 1,4%

Iglesias de Cristo 1,3%

Congregacionalismo 0,7%

Testigos de Jehová 0,7%

Islamismo 0,6%,

Budismo 0,5%

Iglesia Adventista del Séptimo Día 0,4%

Hinduismo 0,4%,

Cristianismo ortodoxo 0,3%,

Unitarianismo 0,3%,

Bahaísmo 0,04%,

Iglesia de la Cienciología 0,03%,

Sijs0, 03%

Otros protestantes 4,8%

Cristianos sin especificar 9,1%

Otra 0,2%

Aspectos Económicos

Producto Interno Bruto (PIB): \$14.72 billones

PIB per cápita\$47,400

Producto Interno Bruto (PIB) – Tasa de Crecimiento Real: 2,7%

Fuerza laboral: 154,9 millones

Tasa de desempleo: 9,7%

Tasa de desempleo juvenil: población total (15-24 años de edad): 17,6%

hombres: 20,13%

mujeres: 14,88% (2009)

Definición: Este indicador da el porcentaje de la fuerza de trabajo que tiene entre 15 a 24 años de edad que está desempleada durante un año específico.

Población bajo el nivel de pobreza: 12%

Posición: 131

Definición: Las estimaciones nacionales del porcentaje de la población que viven por debajo del nivel de pobreza se basan en encuestas de sub-grupos, con los resultados ponderados por el número de personas en cada grupo. Las definiciones de pobreza varían considerablemente entre las naciones. Por ejemplo, las naciones ricas generalmente emplean normas más generosas de pobreza que las naciones pobres.

Exportaciones: \$1,27 billones

Importaciones: \$1,903 billones

Aspectos Políticos

Capital: **nombre:** Washington, DC

Division 67 especificacion: 50 estados y un distrito; Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Delaware, disitrito de Columbia, Florida, Georgia, Hawaii, Idaho, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Hampshire, New Jersey, New Mexico, New York, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia, Wisconsin, Wyoming.

Independencia: 4 Julio 1776

DETECCION DE OPORTUNIDADES

OPORTUNIDADES

- Socio comercial de México (TLCAN)
- Población con altos ingresos
- Situación geográfica favorecida ya que estamos cerca
- Mercado abierto
- Gran importador mundial
- No hay producción de papaya

AMENAZAS

- Tendencia a consumir productos procesados

CAPITULO 4

ASPECTOS OPERACIONALES

4.1 DEFINICION DE OBJETIVOS Y METAS EN EL MERCADO SELECCIONADO

OBJETIVOS

- Consolidar la papaya entre el gusto de los consumidores poniendo a la disposición de la más alta calidad y siempre fresca.
- Mantener la calidad estipulada en el contrato convenido con nuestro cliente HLB Tropical
- Contactar nuevos clientes

METAS

- Aumentar la participación en el mercado estadounidense en un 18%
- Aumentar los volúmenes de exportación en un 20%
- Introducir nuevas presentaciones de papaya (en polvo o deshidratada)
- Ser considerado por HLB TROPICAL como su principal proveedor en dos años

4.2 ADECUACIONES A LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Producto

- Crear un diseño de caja atractivo que mantenga seguro el producto y lo proteja.
- Cumplir con todas las especificaciones de calidad y niveles de grados brix
- Cumplir en tiempo y forma con los envíos de producto
- Etiquetar individualmente cada fruta con la información necesaria

Precio

- Negociar y acordar y respetar el precio con el importador HLB Tropical

Plaza

- Se tiene solo un importador y él se encarga de distribuir el producto en el extranjero
- Buscar nuevos clientes a través de nuestro importador directo

Promoción

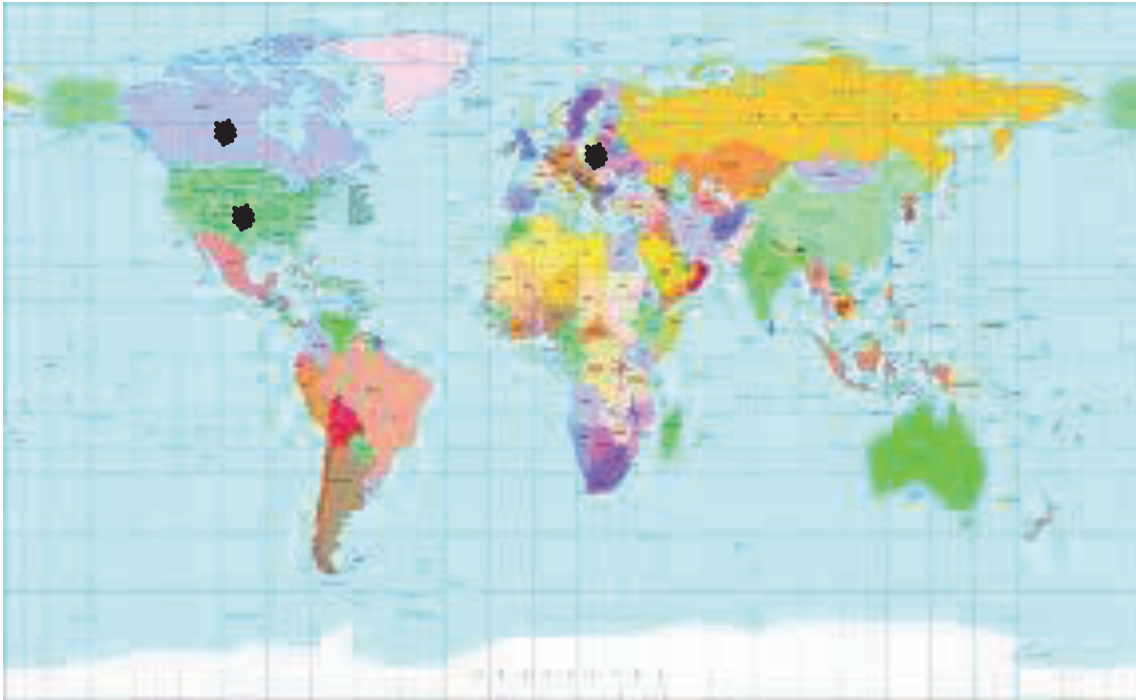
- Asistir a ferias internacionales
- Diseñar una página WEB
- Incluir en la etiqueta o hacer un folleto con recetas, usos, propiedades de la fruta.

4.3 ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO

La estrategia es vender para HLB una empresa formada en Alemania con presencia en Europa y sucursales en Estados Unidos y Canadá y a través de este cliente, el producto llegara a los más importantes supermercados americanos como SAM'S, COSTCO, WALL MART, SAFEWAY, ROBERTSON etc.

Con esta estrategia aseguramos totalmente el posicionamiento del producto.

Poner mapa de Europa, América y Canadá.



4.4 ASPECTOS OPERACIONALES

La ruta utilizada recomendada para que la papaya llegue en tiempo y fresca es la siguiente:



ANTUNEZ MICHOACAN
O TECOMAN COLIMA



FRONTERA REYNOSA
TAMAULIAS



FRONTERA PHARR TEXAS



4.5 COTIZACIONES, INCOTERM, TRANSPORTE Y SEGUROS

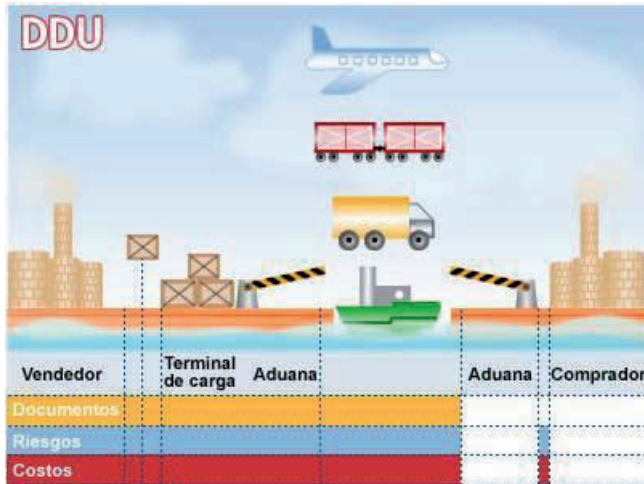
En la cotización se emplea el precio DDU en dólares

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES	
	1 caja	Total	1 caja	total
Papaya	\$ 106.21	\$ 126,177.48	\$ 7.85	\$ 9,325.80
Maquila	\$ 33.82	\$ 40,178.16	\$ 2.50	\$ 2,970.00
Caja de cartón	\$ 23.82	\$ 28,298.16	\$ 1.76	\$ 2,090.88
Flete	\$ 20.30	\$ 24,116.40	\$ 1.50	\$ 1,782.00
Gastos aduanales	\$ 1.22	\$ 1,449.36	\$ 0.09	\$ 106.92
Recuperación de inversión	\$ 4.06	\$ 4,823.28	\$ 0.30	\$ 356.40
Utilidad de venta	\$ 13.53	\$ 16,073.64	\$ 1.00	\$ 1,188.00
Total precio DDU	\$ 202.96	\$ 241,116.48	\$ 15.00	\$ 17,820.00

NOTA: TIPO DE CAMBIO PROMEDIO SAT DE OCTUBRE DEL 2011 1 DÓLAR = \$13.53

INCOTERM.

El incoterm utilizado, DDU (**DeliveredDutyUnpaid**) Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador en el lugar convenido del país de importación y el Vendedor ha de asumir todos los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía, hasta aquel lugar (excluidos derechos, impuestos y otros cargos oficiales exigibles a la importación). Así como los gastos y riesgos de llevar a cabo las formalidades aduaneras.



TRANSPORTE

- Vía terrestre de Antúnez Michoacán o Tecoman Colima- Frontera de Reynosa Tamaulipas- Frontera Pharr Texas.
- Servicio prestado por la empresa de CorneliosTrucking Refrigerados SA de CV
- Contenedores de 48´

SEGUROS

Por el tipo de producto no se cuenta con seguros y ninguna empresa asegura la mercancía.

4.6 ENVASE Y EMBALAJE

El envase que contiene las papayas es una caja de cartón con medidas de 49 cm de largo X 41.5cm de ancho X 24 cm de alto con una capacidad de 14.5 kg o 32lbs para papayas de diferentes calibres del 8 al 15, marca la variedad de la papaya Maradol y Formosa.

Además debe tener cada caja los datos de la empresa domicilio fiscal y los datos de HLB Tropical, medidas de la caja, la leyenda de Hecho en México, especificación de acomodo.

El diseño del envase ofrece ventajas para preservación de la calidad de la fruta principalmente por la firmeza de envase.

- Este proceso inicia desde que la fruta es pesada en la báscula y depositada en la tolva correspondiente de acuerdo a su peso.
- Los empacadores (as) tomarán cada una de las frutas para envolverlas con el papel encerado especial, cubriendo $\frac{3}{4}$ de cada papaya.
- Serán colocadas en las cajas de cartón de acuerdo al número de calibre. Por ejemplo, una caja de calibre 10 llevará diez piezas, etc.
- Cuando la caja este totalmente llena se colocarán las etiquetas individuales en cada fruta, perfectamente visibles y alineadas al mismo sentido.
- Se cierra la caja con mucho cuidado de no lastimar la fruta con las pestañas o bordes del cartón.
- Al estar la caja llena y cerrada, con un sello o plumón se marca cada caja por el exterior para identificar la zona, la fecha de empaque y la persona que la empacó.
- El paletizado se encargarán de esto varones
- El objetivo consiste en armar un pallet perfectamente con las cajas de cartón llenas de papaya.
- Se requerirá de una tarima de madera autorizada para ingresar a Estados Unidos
- Cada cama del pallet será de 6 cajas
- Cada pallet tendrá 9 camas

- Cada pallet deberá ser esquinado con 4 esquineros de plástico que cubran perfectamente la altura máxima de las cajas
- Cada pallet deberá ser sujetado por 7 flejes y cada fleje con 2 sellos
- Almacenaje en Cámara frigorífica el objetivo es que la fruta llegue en tiempo y en forma a la cámara frigorífica para brindarle mejor vida de anaquel.
- Cuando un pallet tenga terminado el proceso de “paletizado” deberá trasladarse a la cámara de refrigeración a 10 ° centígrados, debidamente marcados para su rastreabilidad y con la toma de su temperatura para la bitácora.
- Deberá existir un encargado de las cámaras frías y de esta actividad, ya que la fruta deberá estar monitoreada constantemente para verificar que la temperatura con la que cuenta sea adecuada, así como la temperatura en la que están trabajando los equipos por si se detecta alguna anomalía resolverla de inmediato.
- Se carga en el tráiler internacional



4.7 CONTRATOS Y FORMAS DE PAGO

Se firmara un contrato de compra venta internacional entre las 2 empresas, en el cual se tomara en cuenta los siguientes aspectos:

- Objeto del contrato
- Precio
- Forma de pago
- Envase y embalaje
- Entrega de la mercancía
- Condiciones de la mercancía
- Responsabilidades sobre el producto vigencia del contrato
- Legislación aplicable

*VER ANEXO 2

FORMA DE PAGO

El pago se realizara mediante transferencia electrónica del banco del cliente a la cuenta de la empresa el pago debe realizarse

DOCUEMENTOS NECESARIOS

- Documentos del transportista (carta porte)
- Factura comercial
- Certificado de origen
- Pedimento de exportación
- Lista de empaque

*VER ANEXO 3

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

4.8 PROGRAMA DE ACTIVIDADES A CORTO PLAZO

PROGRAMA DE ACTIVIDADES A CORTO PLAZO														
ACTIVIDAD	MESES												COSTO O INVERSION ESTIMADA Y AREA RESPONSABLE	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
DISEÑO DE ENVASE	■	■												Mercadotecnia
IMPRESIÓN DE FOLLETOS														
CAPACITACION DEL PERSONAL	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
ESTUDIO DE MERCADO														
AMPLIACION DE PLANTA									■	■	■	■	■	Comercio Internacional
CERTIFICACIONES PRIMUSLAB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
CONTRATACION DE UN ASESOR COMERCIAL														
VISITA AL CLIENTE POTENCIAL														
CONTRATACION DE EDECANES														
ASISTENCIA A FERIAS		■									■			Alemania y EEUU

CAPITULO 5

ASPECTOS FINANCIEROS

**5.1 RECURSOS Y/O INVERSIONES REQUERIDAS Y FORMAS DE
REFINANCIAMIENTO.**

CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO			
	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
FRUTA	\$ 9,325.80	\$ 111,909.60	\$ 1,342,915.20
CAJA DE CARTON	\$ 2,090.88	\$ 25,090.56	\$ 301,086.72
FLETE	\$ 1,782.00	\$ 21,384.00	\$ 256,608.00
GTOS ADUANALES	\$ 106.92	\$ 1,283.04	\$ 15,396.48
REC DE LA INVERSION	\$ 356.40	\$ 4,276.80	\$ 51,321.60
MAQUILA	\$ 1,094.93	\$ 13,139.16	\$ 157,669.92
SUELDO	\$ 851.80	\$ 10,221.60	\$ 122,659.20
LUZ	\$ 80.79	\$ 969.48	\$ 11,633.76
PAPELERIA	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00
AGUA	\$ 16.70	\$ 200.40	\$ 2,404.80
RENTA	\$ 182.70	\$ 2,192.40	\$ 26,308.80
MANTENIMIENTO	\$ 244.98	\$ 2,939.76	\$ 35,277.12
TEL E INTERNET	\$ 223.30	\$ 2,679.60	\$ 32,155.20
U PRODUCCION	\$ 224.80	\$ 2,697.60	\$ 32,371.20
TOTAL	\$ 16,632.00	\$ 199,584.00	\$ 2,395,008.00
TOTAL	\$ 16,632.00	\$ 199,584.00	\$ 2,395,008.00

NOTA: TIPO DE CAMBIO PROMEDIO SAT DE OCTUBRE DEL 2011 1 DÓLAR = \$13.53

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE
ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

PROYECCION ANUAL DE TRABAJO

PROYECCION ANUAL DE VENTA			
	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
FRUTA	\$ 9,325.80	\$ 111,909.60	\$ 1,342,915.20
CAJA DE CARTON	\$ 2,090.88	\$ 25,090.56	\$ 301,086.72
FLETE	\$ 1,782.00	\$ 21,384.00	\$ 256,608.00
GTOS ADUANALES	\$ 106.92	\$ 1,283.04	\$ 15,396.48
REC DE LA INVERSION	\$ 356.40	\$ 4,276.80	\$ 51,321.60
UTILIDAD DE VENTA	\$ 1,188.00	\$ 14,256.00	M
MAQUILA	\$ 1,094.93	\$ 13,139.16	\$ 157,669.92
SUELDO	\$ 851.80	\$ 10,221.60	\$ 122,659.20
LUZ	\$ 80.79	\$ 969.48	\$ 11,633.76
PAPELERIA	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00
AGUA	\$ 16.70	\$ 200.40	\$ 2,404.80
RENTA	\$ 182.70	\$ 2,192.40	\$ 26,308.80
MANTENIMIENTO	\$ 244.98	\$ 2,939.76	\$ 35,277.12
TEL E INTERNET	\$ 223.30	\$ 2,679.60	\$ 32,155.20
U PRODUCCION	\$ 224.80	\$ 2,697.60	\$ 32,371.20
TOTAL	\$ 17,820.00	\$ 213,840.00	\$ 2,395,008.00
TOTAL	\$ 17,820.00	\$ 213,840.00	\$ 2,395,008.00

TOTAL INVERSION

INVERSION FIJA	\$ 90,794.71
INVERSION DIFERIDA	\$ 1,000.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 199,584.00
TOTAL INVERSION	\$ 291,378.71

INVERSION FIJA	
Maquinaria	\$ 44,345.89
Equipo de computo	\$ 3,473.00
Equipo de transporte	\$ 42,076.86
TOTAL	\$ 89,895.75
Imprevistos 1.5%	\$ 898.96
TOTAL	\$ 90,794.71

INVERSION DIFERIDA	
Trámites	\$ 1,000.00
TOTAL	\$ 1,000.00

ESTRUCTURA DE CAPITAL	
Aportación de los socios	\$ 291,378.71
TOTAL	\$ 291,378.71

NOTA: TIPO DE CAMBIO PROMEDIO SAT DE OCTUBRE DEL 2011 1 DÓLAR = \$13.53

Estructura financiera

Para llevar a cabo este proyecto de exportación de papaya se requiere de una inversión de \$291378.71 dólares americanos los cuales serán aportación de los socios y no se recurre al financiamiento externo ya que es el capital que se requiere es para un mes de trabajo más la inversión fija y la diferida solo se requiere la inversión de un mes de trabajo debido que la mercancía se paga el 50% el día que sale la mercancía y el otro 50% a los 15 días.

Inversión fija

Para la realización del proyecto se requiere una inversión fija por \$90,794.71 debido a que se tienen que invertir en maquinaria para la selección y empaque de la fruta, equipo de cómputo para el manejo administrativo y equipo de transporte que se requiere para el traslado del personal una camioneta pequeña de carga es todo el transporte ya que los camiones de envíos de fruta son rentados.

Inversión diferida

Solo se requiere un importe de mil dólares ya que es el importe que se necesita para un mes de trabajo.

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE
ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑO	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
2011	3	150	\$ 17,820.00	\$ 53,460.00	\$ 2,673,000.00
2012	3	36	\$ 17,820.00	\$ 53,460.00	\$ 2,673,000.00
2013	3	36	\$ 17,820.00	\$ 53,460.00	\$ 2,673,000.00
2014	3	36	\$ 17,820.00	\$ 53,460.00	\$ 2,673,000.00
2015	3	36	\$ 17,820.00	\$ 53,460.00	\$ 2,673,000.00

PRESUPUESTO DE EGRESOS

DEPRECIACIONES

CONCEPTO	VALOR INICIAL	PERIODO DEPREC. (AÑOS)	VALOR DE RESCATE	VALOR RESCATE \$
Maquinaria	\$ 44,345.89	10	20%	\$ 8,869.18
Equipo de computo	\$ 3,473.00	3	10%	\$ 347.30
Equipo de transporte	\$ 42,076.86	4	30%	\$ 12,623.06

MAQUINARIA

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
0	-	-	\$ 44,345.89
1	0.148660	\$ 6,592.46	\$ 37,753.43
2	0.148660	\$ 5,612.42	\$ 32,141.01
3	0.148660	\$ 4,778.08	\$ 27,362.92
4	0.148660	\$ 4,067.77	\$ 23,295.15
5	0.148660	\$ 3,463.06	\$ 19,832.09
6	0.148660	\$ 2,948.24	\$ 16,883.85
7	0.148660	\$ 2,509.95	\$ 14,373.90
8	0.148660	\$ 2,136.82	\$ 12,237.08
9	0.148660	\$ 1,819.16	\$ 10,417.91
10	0.148660	\$ 1,548.73	\$ 8,869.19

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE
ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

EQUIPO DE COMPUTO			
AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
0	-	-	\$ 3,473.00
1	0.148660	\$ 516.30	\$ 2,956.70
2	0.148660	\$ 439.54	\$ 2,517.16
3	0.148660	\$ 374.20	\$ 2,142.96

EQUIPO DE TRANSPORTE			
AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
0	-	-	\$ 42,076.86
1	0.148660	\$ 6,255.15	\$ 35,821.71
2	0.148660	\$ 5,325.26	\$ 30,496.46
3	0.148660	\$ 4,533.60	\$ 25,962.85
4	0.148660	\$ 3,859.64	\$ 22,103.22

NOTA: TIPO DE CAMBIO PROMEDIO SAT DE OCTUBRE DEL 2011 1 DÓLAR = \$13.53

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Se realiza una venta de 3 unidades por mes y 150 por año el equivalente a 178200 cajas

Por un valor a \$15 dólares por caja precio de venta

Ingreso anual de \$2673000.

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Se realiza depreciación de los activos pero no se utilizan por que se van a depreciar hasta el siguiente año.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Conceptos para el cálculo del punto de equilibrio

Precio de venta	\$15.00
Costo de Producción	\$199,584.00
Costó por Camión	\$16,632.00
Unidades por Camión	1188

P. E POR UNIDAD Costo de producción ÷ costo de venta por un camión

P.E POR UNIDAD 199,584.00 ÷ 17820.00 = 11.20 CAMIONES

P.E EN DINERO Punto de equilibrio en unidad por el costo de operación de un camión

P.E EN DINERO 11.20 ÷ 16632 = \$18,6278.00

PE EN PRECIO Costo de producción ÷ el número de unidades por camión

PE EN PRECIO \$16,632.00 ÷ 1188 = \$14 DOLARES

5.2 ESTADOS FINANCIEROS DE RESULTADOS Y BALANCE

TERRAMEX AGRICOLA S DE RL DE CV
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011
(CIFRAS EN DOLARES)

BALANCE INICIAL	
ACTIVO	
CIRCULANTE	
BANCOS	\$277,992.00
OTROS	\$1.36
CLIENTES	
TOTAL ACT. CIRC.	\$277,993.36
FIJO	
Maquinaria	\$44,345.39
Equipo de Computo	\$3,473.00
Equipo de Transporte	\$42,076.00
	<u>\$89,894.39</u>
Depreciación	
TOTAL ACT. FIJO	\$89,894.39
TOTAL ACTIVO	\$367,887.75
PASIVO	
CIRCULANTE	
FIJO	
TOTAL PASIVO	
CAPITAL	
Capital Social	\$ 291,378.71
Utilidades Retenidas	<u>\$ 76,509.04</u>
TOTAL CAPITAL	\$ 367,887.75
TOTAL P + C	\$ 367,887.75

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE
ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

TERRAMEX AGRICOLA S DE RL DE CV

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

(CIFRAS EN DOLARES)

INGRESOS:	
INGRESOS	2,673,000.00
TOTAL INGRESOS	2,673,000.00
UTILIDAD BRUTA	2,673,000.00
GASTOS DE OPERACIÓN	
GASTOS GENERALES	2,594,592.00
OTROS GASTOS	1,898.96
UTILIDAD	76,509.04

5.3 PRINCIPALES RAZONES FINANCIERAS DE APALANCAMIENTO, LIQUIDEZ Y DE RENTABILIDAD

APALANCAMIENTO

PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL X100 < 2

La empresa TERRAMEX AGRICOLA S DE RL DE CV su apalancamiento es 0 % debido a que no tiene pasivos lo que determina que los socios son los dueños absolutos de la empresa.

LIQUIDEZ

ACTIVO CIRCULANTE / PASIVO CIRCULANTE ≥ 1

La empresa tiene liquidez debido a que los socios realizan toda la aportación y no tienen adeudos.

RENTABILIDAD

UTILIDAD NETA

_____ X 100

ACTIVO TOTAL

76509.04 /367887.75 X 100 = 20.80%

El porcentaje que obtiene la empresa es 20.80% lo que significa que por cada dólar invertido la empresa obtiene 20.80 centavos de dólar que es un rendimiento bajo debido a que la empresa es relativamente nueva.

CONCLUSIÓN

La exportación es siempre un paso para el crecimiento de cualquier empresa brindando beneficio para la empresa y al país.

La empresa **TERRAMEX AGRICOLA S DE RL DE CV** con ubicación en Uruapan Michoacán cuenta con amplia experiencia exportando, cuenta con un solo cliente y este a su vez lo distribuye en todo el país, la clave del éxito de la empresa es el servicio que le brinda a su único cliente ya que este permanece fiel y no existen quejas ya que el producto cumple con las 90 especificaciones que el cliente solicita.

Las justificación a la exportación de este producto es: por su frescura, alto valor nutricional, color y excelente sabor, todas las características anteriores hacen de la papaya Taiunug 1 sea un fruto competitivo y permite la entrada al país con aceptación.

La empresa cuenta con instalaciones con tecnología de punta y buenas prácticas de inocuidad y las certificaciones de PRIMUS LAB, siendo una de las mejores en país ya que la competencia trabaja en condiciones precarias.

Aprovechando las oportunidades comerciales y la cercanía del país se elige a Estados Unidos de Norte América debido a su cercanía, es el tercer país más poblado del mundo, población con altos ingresos, es un gran importador y no hay producción de papaya y también ya que el fruto es un producto perecedero y su tiempo de maduración es muy poco requiere de cuidados debido a que puede maltratarse con facilidad.

Los consumidores en EE.UU. se relacionan con la salud, la calidad, la seguridad, la conveniencia, la disponibilidad, la selección, la novedad y los precios razonables de los productos.

Aspectos que más preocupan a los consumidores de hoy son: el consumo de grasas, el colesterol y el consumo de sal y azúcar.

En Estados Unidos las ventas de fruta fresca subieron 8.3% en el 2010 convirtiéndose en una de las categorías con mayor crecimiento debido a que son considerados como “superalimentos” con mucha mayor aceptación que los vegetales al ser más fáciles de consumir por su sabor, olor y textura más agradables aun cuando su vida de anaquel sea menor.

La empresa cuenta con la estrategia de vender para HLB una empresa formada en Alemania con presencia en Europa y sucursales en Estados Unidos y Canadá y a través de este cliente, el producto llegara a los más importantes supermercados americanos como SAM’S, COSTCO, WALL MART, SAFEWAY, ROBERTSON etc. Con esta estrategia aseguramos totalmente el posicionamiento del producto.

En el aspecto financiero la empresa no cuenta con financiamiento externo debido que serán aportaciones de los socios ya que es el capital que se requiere para un mes de trabajo más la inversión fija y la diferida.

Es una empresa rentable debido a que cada dólar americano invertido, esta obtiene 21 centavos de dólar americano de ganancia

ANEXO 1

NORMA DEL CODEX PARA LA PAPAYA

(CODEX STAN 183-1993)

13. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Esta Norma se aplica a las variedades comerciales de papayas obtenidas de *Carica papaya* L., de la familia *Caricaceae*, que habrán de suministrarse frescas al consumidor, después de su acondicionamiento y envasado. Se excluyen las papayas destinadas a la elaboración industrial.

2. DISPOSICIONES RELATIVAS A LA CALIDAD

2.1 REQUISITOS MÍNIMOS

En todas las categorías, a reserva de las disposiciones especiales para cada categoría y las tolerancias permitidas, las papayas deberán:

- estar enteras;
- estar sanas, y exentas de podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptas para el consumo;
- estar limpias, y prácticamente exentas de cualquier materia extraña visible;
- estar prácticamente exentas de plagas que afecten al aspecto general del producto;
- estar prácticamente exentas de daños causados por plagas;
- estar exentas de humedad externa anormal, salvo la condensación consiguiente a su remoción de una cámara frigorífica;
- estar exentas de cualquier olor y/o sabor extraños¹;
- ser de consistencia firme;

-tener un aspecto fresco;

-estar exentas de daños causados por bajas y/o altas temperaturas.

Cuando tengan pedúnculo, su longitud no deberá ser superior a 1 cm.

2.1.1 Las papayas deberán haberse recolectado cuidadosamente y haber alcanzado un grado apropiado de desarrollo y madurez, teniendo en cuenta las características de la variedad y/o tipo comercial y la zona en que se producen. El desarrollo y condición de las papayas deberán ser tales que les permitan:

-soportar el transporte y la manipulación; y

-llegar en estado satisfactorio al lugar de destino.

2.2 CLASIFICACIÓN

Las papayas se clasifican en tres categorías, según se definen a continuación:

2.2.1 Categoría “Extra”

Las papayas de esta categoría deberán ser de calidad superior y características de la variedad y/o tipo comercial. No deberán tener defectos, salvo defectos superficiales muy leves siempre y cuando no afecten al aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación en el envase. Esta disposición permite el olor causado por los conservantes utilizados de conformidad con las reglamentaciones correspondientes.

2.2.2 Categoría I

Las papayas de esta categoría deberán ser de buena calidad y características de la variedad y/o tipo comercial. Podrán permitirse, sin embargo, los siguientes defectos leves, siempre y cuando no afecten al aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación en el envase:

-defectos leves de forma;

-defectos leves de la piel (como magulladuras mecánicas, quemaduras de sol y/o manchas de látex); la superficie total afectada no deberá superar el 10%.

En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del fruto.

2.2.3 Categoría II

Esta categoría comprende las papayas que no pueden clasificarse en las categorías superiores, pero satisfacen los requisitos mínimos especificados en la Sección 2.1. Podrán permitirse, sin embargo, los siguientes defectos, siempre y cuando las papayas conserven sus características esenciales en lo que respecta a su calidad, estado de conservación y presentación:

-defectos de forma;

-defectos de coloración;

-defectos de la piel (como magulladuras mecánicas, quemaduras de sol y manchas de látex); la superficie total afectada no deberá superar el 15%;

-ligeras marcas causadas por plagas.

En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del fruto.

13. DISPOSICIONES RELATIVAS A LA CLASIFICACIÓN POR CALIBRES

El calibre se determina por el peso del fruto, que deberá ser como mínimo de 200 g, de acuerdo con el siguiente cuadro: Código de calibre Peso (en gramos)

A	200-300
B	301-400
C	401-500
D	501-600
E	601-700
F	701-800
G	801-1100

H	1101-1500
I	1501-2000
J	2001

13. DISPOSICIONES RELATIVAS A LAS TOLERANCIAS

En cada envase (o en cada lote para productos presentados a granel) se permitirán tolerancias de calidad y calibre para los productos que no satisfagan los requisitos de la categoría indicada.

4.1 TOLERANCIAS DE CALIDAD

4.1.1 Categoría “Extra” El 5%, en número o en peso, de las papayas que no satisfagan los requisitos de esta categoría pero satisfagan los de la Categoría I o, excepcionalmente, que no superen las tolerancias establecidas para esta última.

4.1.2 Categoría I El 10%, en número o en peso, de las papayas que no satisfagan los requisitos de esta categoría pero satisfagan los de la Categoría II o, excepcionalmente, que no superen las tolerancias establecidas para esta última.

4.1.3 Categoría II El 10%, en número o en peso, de las papayas que no satisfagan los requisitos de esta categoría ni los requisitos mínimos, con excepción de los productos afectados por podredumbre o cualquier otro tipo de deterioro que haga que no sean aptos para el consumo.

4.2 TOLERANCIAS DE CALIBRE

Para todas las categorías y formas de presentación, el 10%, en número o en peso, de los papayas que correspondan al calibre inmediatamente superior y/o inferior al indicado en el envase, con un peso mínimo de 190 g para las papayas envasadas en la categoría del calibre más pequeño.

5. DISPOSICIONES RELATIVAS A LA PRESENTACIÓN

5.1 HOMOGENEIDAD

El contenido de cada envase (o lote, para productos presentados a granel) deberá ser homogéneo y estar constituido únicamente por papayas del mismo origen, variedad y/o tipo comercial, calidad y calibre. Para la categoría “Extra”, también deberán ser homogéneos el color y la madurez. La parte visible del contenido del envase (o lote, para productos presentados a granel) deberá ser representativa de todo el contenido.

13.1 ENVASADO

Las papayas deberán envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del envase deberán ser nuevos², estar limpios y ser de calidad tal que evite cualquier daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamento no tóxico. Las papayas deberán disponerse en envases que se ajusten al Código Internacional de Prácticas Recomendado para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 44-1995).

13.1.2 Descripción de los Envases

Los envases deberán satisfacer las características de calidad, higiene, ventilación y resistencia necesarias para asegurar la manipulación, el transporte y la conservación apropiados de las papayas. Los envases (o lote, para productos presentados a granel) deberán estar exentos de cualquier materia y olor extraños.

6. MARCADO O ETIQUETADO

6.1 ENVASES DESTINADOS AL CONSUMIDOR

Además de los requisitos de la Norma General del Codex para el Etiquetado de Alimentos Pre envasados (CODEX STAN 1-1985), se aplicarán las siguientes disposiciones específicas: 2 Para los fines de esta Norma, esto incluye el material recuperado de calidad alimentaria.

6.1.1 Naturaleza del Producto

Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase deberá etiquetarse con el nombre del producto y, facultativamente, con el de la variedad y/o tipo comercial.

6.2 ENVASES NO DESTINADOS A LA VENTA AL POR MENOR

Cada envase deberá llevar las siguientes indicaciones en letras agrupadas en el mismo lado, marcadas de forma legible e indeleble y visible desde el exterior, o bien en los documentos que acompañan el envío. Para los productos transportados a granel, estas indicaciones deberán aparecer en el documento que acompaña a la mercancía.

6.2.1 Identificación Nombre y dirección del exportador, envasador y/o expedidor. Código de identificación (facultativo)3.

6.2.2 Naturaleza del Producto

Nombre del producto si el contenido no es visible desde el exterior. Nombre de la variedad y/o tipo comercial.

6.2.3 Origen del Producto

País de origen y, facultativamente, nombre del lugar, distrito o región de producción.

6.2.4 Especificaciones Comerciales

-Categoría;

-Calibre (Código de calibre o peso medio en gramos);

-Número de unidades (facultativo);

-Peso neto (facultativo).

6.2.5 Marca de Inspección Oficial (facultativa)

7. CONTAMINANTES

7.1 El producto al que se aplica las disposiciones de la presente Norma deberán cumplir con los niveles máximos de la Norma General del Codex para los Contaminantes y las Toxinas presentes en los Alimentos y Piensos (CODEX STAN 193-1995).

7.2 El producto al que se aplica las disposiciones de la presente Norma deberán cumplir con los límites máximos de residuos de plaguicidas establecidos por la Comisión del Codex Alimentarius.

8. HIGIENE

8.1 Se recomienda que el producto regulado por las disposiciones de la presente Norma se prepare y manipule de conformidad con las secciones apropiadas del Código Internacional Recomendado de Prácticas –Principios Generales de Higiene de los Alimentos (CAC/RCP 1-1969), Código de Prácticas de Higiene para Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 53-2003) y otros textos pertinentes del Codex, tales como códigos de prácticas y códigos de prácticas de higiene.

8.2 El producto deberá ajustarse a los criterios microbiológicos establecidos de conformidad con los Principios para el Establecimiento y la Aplicación de Criterios Microbiológicos a los Alimentos (CAC/GL 21-1997). La legislación nacional de algunos países requiere una declaración expresa del nombre y la dirección. Sin embargo, en caso de que se utilice una marca en clave, habrá de consignarse muy cerca de ella la referencia al “envasador y/o expedidor” (o a las siglas correspondientes)

ANEXO 2

CONTRATO

CONTRATO DE COMPRA DE FRUTO

QUE SE CELEBRA EN EL LUGAR Y FECHA SIGUIENTE:

Morelia Michoacán a 29 de septiembre 2011

CONTRATANTES:

IMPORTADOR	HLB TROPICAL FOODS USA, INC. REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR ANDRES OCAMPO, COMO GERENTE GENERAL Y DUEÑO
EXPORTADOR	TERRAMEX AGRÍCOLA”, S. DE R. L. DE C. V., REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR GEORGINA HERNANDEZ ESTRADA, EN SU CALIDAD DE GERENTE GENERAL.

DECLARACIONES:

1.- DEL IMPORTADOR:

1.1.- DECLARA LA QUE ES UNA EMPRESA LEGALMENTE CONSTITUIDA DE ACUERDO CON LAS LEYES VIGENTES EN ESTADO UNIDOS DE NORTE AMERICA Y QUE SE DEDICA ENTRE OTRAS ACTIVIDADES A LA COMERCIALIZACION E IMPORTACION DE DIVERSOS VEGETALES Y FRUTAS FRESCAS. QUE ES REPRESENTADO POR ANDRES OCAMPO Y QUE TIENE FACULTADES SUFICIENTES PARA SUSCRIBIR

} EL PRESENTE CONTRATO ORIGINARIO DE COLOMBIA, ESTADO CIVIL CASADO OCUPACION IMPORTADOR DE FRUTAS Y VEGETALES QUE TIENE SU DOMICILIO EN 1190 LILBURN

1.2.- QUE OCUPA EL CARGO DE PRESIDENTA Y REPRESENTANTE LEGAL

1.3.- QUE TIENE CAPACIDAD ECONÓMICA, CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA EN IMPORTACION.

1.4.- QUE ES UNA SOCIEDAD DE IMPORTACION DE FURTAS Y VERDURAS DE ORIGEN AMERICANO LEGALMENTE CONSTITUIDA, CON OBJETO SOCIAL DE IMPORTACION.

LA IMPORTACION DE DIVERSOS PRODUCTOS DEL CAMPO, OBTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, PECUARIAS, AGROINDUSTRIALES Y FORESTALES. LA COMPRA DE TODO TIPO DE INSUMOS, BIENES, SERVICIOS, INSTALACIONES, MAQUINARIA Y EQUIPO DE FACILITE A LA SOCIEDAD, CUMPLIR CON EL OBJETO SOCIAL. LA CONTRATACIÓN DE TODO TIPO DE CRÉDITO CON INSTITUCIONES BANCARIAS, SOCIEDADES NACIONALES DE CRÉDITO, Y UNIONES DE CRÉDITO Y APOYOS A PROYECTOS DE DESARROLLO TANTO POR INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES, COMO PRIVADAS. LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PRODUCTOS PRIMARIOS, ESTOS DE ORIGEN AGRÍCOLA, PECUARIO Y FORESTAL, O DE CUALQUIER OTRO TIPO, PRODUCIDOS POR LOS SOCIOS. DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS Y PRODUCTOS DE SUS ASOCIADOS INCLUYÉNDOSE EL ESTABLECIMIENTO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN, EMPAQUES, BODEGAS Y ALMACENES PROPIOS A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL, YA SEAN ESTOS EN FRESCO, SEMIINDUSTRIALIZADOS O INDUSTRIALIZADOS EN LOS MERCADOS NACIONALES Y EXTRANJEROS. CONTRATAR ANTE CUALQUIER INSTITUCIÓN DE CRÉDITO, ORGANISMOS EXILIARES, FONDOS DE FOMENTO, O PARTICULARES DE LOS CRÉDITOS NECESARIOS PARA EL BUEN DESEMPEÑO DE SUS ACTIVIDADES Y OTORGAR LAS GARANTÍAS QUE SE REQUIERAN, ASÍ COMO COMPROMETERSE EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD, FIRMANDO LA DOCUMENTACIÓN CORRESPONDIENTE, PREVIA APROBACIÓN DE LA ASAMBLEA. REGISTRAR, ADQUIRIR, POSEER, EXPLOTAR Y DISPONER EN CUALQUIER FORMA DE: MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, PATENTES Y DERECHOS DE AUTOR. LA CELEBRACIÓN DE LOS ACTOS Y

EL OTORGAMIENTO DE TODA CLASE DE CONTRATOS Y CONVENIOS DE DIRECTA O INDIRECTA, CONVenga A LAS SOCIEDAD; LA COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, DE ASISTENCIA MUTUA, DE COMERCIALIZACIÓN O REALIZAR CUALQUIER OTRO FIN NO PROHIBIDO POR LA LEY Y TODO TIPO DE ACCIONES QUE BENEFICIEN A LA SOCIEDAD Y QUE SE RELACIONEN CON EL OBJETO DEL MISMO.

CON DURACIÓN DE NOVENTA Y NUEVE AÑOS, DOMICILIO 1450 SW 6TH COURT POMPANO BEACH FL 33069, QUE SE CONSTITUYE CON UN CAPITAL SOCIAL INICIAL DE \$10, 000,000.00 (DIEZ MILLONES DE DOLARES.), CON 4 CUATRO PARTES SOCIALES CON VALOR QUE SE DESCRIBE EN LA CLÁUSULAS DE TRANSITORIAS DEL PRESENTE INSTRUMENTO, ADMINISTRADA Y REPRESENTADA POR ANDRES OCAMPO EN SU CALIDAD DE REPRESENTANTE LEGAL

2.- DEL EXPORTADOR:

2.1.- QUE ES UNA SOCIEDAD MERCANTIL DE NACIONALIDAD MEXICANA LEGALMENTE CONSTITUIDA, CON OBJETO SOCIAL CONSISTENTE EN: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, GANADEROS O FORESTALES Y A LOS DEMÁS ACTOS ACCESORIOS NECESARIOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE DICHO OBJETO, CON DURACIÓN DE NOVENTA Y NUEVE AÑOS, DOMICILIO SOCIAL EN MORELIA, MICHOACÁN, CAPITAL SOCIAL FIJO DE \$ 10,000.00 (DIEZ MIL PESOS 00/100, MONEDA NACIONAL), ADMINISTRADA POR EL SEÑOR HOMERO LEVY DE BARROS, EN SU CALIDAD DE GERENTE GENERAL, O POR LA SEÑORITA GEORGINA HERNANDEZ ESTRADA EN SU CALIDAD DE GERENTE ADMINISTRATIVO, LO QUE ACREDITA CON ESCRITURA PUBLICA ORIGINAL NÚMERO 171 VOLUMEN 05.

2.2.- IDENTIFICACIÓN Y GENERALES DEL REPRESENTANTE:

GEORGINA HERNANDEZ ESTRADA: SE IDENTIFICA CON SU CREDENCIAL PARA VOTAR EXPEDIDA POR EL INSTITUTO FEDERAL

ELECTORAL NUMERO **2247091825796**, Y MANIFIESTA POR SUS GENERALES SER DE NACIONALIDAD MEXICANA, ORIGINARIA DE MEXICO DISTRITO FEDERAL, LUGAR DONDE NACIÓ EL **14 DE MARZO DE 1984**, SOLTERA, CON DOMICILIO EN CANDIDO AGUILAR #19 COL. EJERCITO MEXICANO, MANIFESTANDO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD ENTENDER, HABLAR, ESCRIBIR Y LEER EL IDIOMA ESPAÑOL.

- 2.3.- QUE TIENE EXPERIENCIA COMERCIAL Y TECNOLÓGICA EN EL CAMPO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, ESPECIALMENTE PAPAYA, PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN NORTEAMÉRICA (ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ), ASÍ COMO EN PAISES DE LA COMUNIDAD EUROPEA.

CLÁUSULAS:

1.- OBJETO MATERIA DEL PRESENTE CONTRATO:

SUJETO A LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE ESTE CONTRATO, EL EXPORTADOR SE OBLIGA A VENDERLE **EN EXCLUSIVA** AL IMPORTADOR, TODA LA PRODUCCIÓN DE **PAPAYA** (PRODUCTO AGRÍCOLA) QUE SATISFAGA LAS CONDICIONES TÉCNICAS Y DE CALIDAD QUE SE IDENTIFICA MÁS ADELANTE, QUE PRODUZCA DIRECTAMENTE EL PRODUCTOR EN EL O LOS TERRENOS QUE SE DESCRIBEN EN LA DECLARACIÓN PRIMERA DE SU PROPIEDAD O SOBRE AQUELLOS EN LOS CUALES TENGA LOS CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO, APARCERÍA, COMODATO CON LOS QUE PUEDA GARANTIZARLE AL COMPRADOR UNA PRODUCCIÓN ESTABLE DE PAPAYA.

PRODUCTO AGRÍCOLA:

<p>PAPAYA VARIEDAD TAINUNG NO. 1, CONOCIDA COMERCIALMENTE COMO "FORMOSA"</p>

- 1.1.- TODA LA PRODUCCIÓN DE PAPAYA QUE REUNA, A JUICIO DEL COMPRADOR, LAS CONDICIONES Y CARACTERÍSTICAS PARA SER IMPORTADAS A LOS TERRITORIOS DE DESTINO (NORTEAMÉRICA Y COMUNIDAD EUROPEA).

- EL COMPRADOR COMPROBARÁ ANTES DE INTRODUCIR LA PAPAYA A SU CAJA INDIVIDUAL, QUE REUNE TODAS LAS CONDICIONES PARA SER EXPORTADA DE MÉXICO E IMPORTADA AL TERRITORIO DE DESTINO.

2.- PRECIO:

ES PACTO EXPRESO ENTRE LAS PARTES QUE EL IMPORTADOR LE PAGARÁ AL EXPORTADOR LA PAPAYA ACEPTADA POR EL COMPRADOR EN LOS TÉRMINOS DEL PRESENTE CONTRATO, EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA. EN LOS TÉRMINOS DE LA LEY MONETARIA, DETERMINADOS A RAZÓN DE: **USD\$ 15.00 (QUINCE DÓLARES AMERICANOS) POR CADA CAJA DE 16.5 (CATORCE Y MEDIO KILOS)** ACEPTADA POR EL COMPRADOR QUE REUNA LOS REQUISITOS PARA SER EXPORTADA E IMPORTADA A LOS TERRITORIOS DE DESTINO, EN CONSECUENCIA, EL IMPORTADOR LE PAGARÁ AL EXPORTADOR LA FACTURA QUE AMPARE LA PAPAYA ENTREGADA CON ANTERIORIDAD, EN DÓLARES AMERICANOS.

FLETE

EL EXPORTADOR SE HACE CARGO DEL EMBARQUE HASTA SU DESTINO SIENDO RESPONSABLE DEL BUEN MANEJO DEL PRODUCTO EN EL TRASLADO ASÍ COMO DEL CORRECTO MANEJO DEL FRÍO. EL FLETE SERÁ PAGADO POR EL EXPORTADOR MISMO QUE DEFINIRÁ EL DESTINO DEL PRODUCTO DESPUÉS DE ACEPTADO EL PRODUCTO EN EL EMPAQUE.

3.- FORMA DE PAGO DEL PRECIO:

EL PRECIO LO PAGARÁ EL IMPORTADOR AL EXPORTADOR MEDIANTE UNA TRANSFERENCIA INTERNACIONAL CON ABONO A CUENTA A NOMBRE DEL EXPORTADOR (EMISOR DE FACTURA) O TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA DE FONDOS A LA CUENTA DE CHEQUES CUYO TITULAR SEA ESTE ÚLTIMO.

- 50% A LA APROBACIÓN Y ENVÍO DE LA PAPAYA POR PARTE DEL EXPORTADOR EN LOS TÉRMINOS DEL PRESENTE CONTRATO Y SUS ANEXOS.
- 50% A LA LIBERACION POR FDA DEL EMBARQUE EN ESTADOS UNIDOS.

SI AL MOMENTO DE PAGAR EL SEGUNDO 50% DE UN EMBARQUE SE RECIBE ALGUN RECLAMO DE CALIDAD POR PARTE DEL

CLIENTE SE PODRA HACER EL AJUSTE CORRESPONDIENTE EN LA PROXIMA O PROXIMAS FACTURAS.

4.- CALIDAD:

LA PAPAYA QUE ENTREGUE EL EXPORTADOR AL IMPORTADOR AL AMPARO DE ESTE CONTRATO, DEBERÁ DE REUNIR LAS ESPECIFICACIONES PREVISTAS EN EL MISMO, ASÍ COMO EN EL ANEXO DE REFERENCIA, DE FORMA TAL QUE EL IMPORTADOR ACEPTARÁ ÚNICAMENTE LA PAPAYA EN LA BODEGA QUE REUNA DICHS REQUISITOS,

DE ESTA FORMA:

4.1.- EN CASO DE QUE PARTE O TODA LA PRODUCCIÓN DE PAPAYA QUE HAYA SIDO ACEPTADA POR EL IMPORTADOR EN EL EMPAQUE Y QUE EN DICHO MOMENTO NO HAYA EVIDENCIADO VICIOS OCULTOS AL MOMENTO DE LA INSPECCIÓN, Y QUE SIN EMBARGO CON POSTERIORIDAD DURANTE EL TRANSPORTE DEL EMPAQUE AL PAIS DE DESTINO Y ESPECIALMENTE DURANTE LA INSPECCIÓN QUE LAS AUTORIDADES COMPETENTES DE DICHO PAIS O EL COMPRADOR MAYORISTA FINAL DETECTE PROBLEMAS SANITARIOS, FITOSANITARIOS O DE APLICACIÓN DE PRODUCTOS NO AUTORIZADOS POR AUTORIDADES SANITARIAS QUE IMPIDA SU Y QUE DICHO DEFECTO SE MANIFIESTE UNA VEZ QUE HAYA SIDO IMPORTADA AL TERRITORIO DE DESTINO, ES PACTO EXPRESO ENTRE LAS PARTES QUE EL PERJUICIO ECONÓMICO QUE DICHO EVENTO LE OCASIONE AL COMPRADOR, SERÁ RESPONSABILIDAD TOTAL DEL PRODUCTOR.

4.2.- LOS CONTRATANTES CONVIENEN QUE SERÁ SUFICIENTE EL RECHAZO DE LA PAPAYA EN EL TERRITORIO DE DESTINO, DOCUMENTADA POR UN ORGANISMO GUBERNAMENTAL O POR UN ORGANISMO PRIVADO RECONOCIDO EN DICHO PAIS PARA VERIFICAR LAS CONDICIONES PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPAYA, QUE TRATÁNDOSE DE ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA, PODRÍA SER UNA O MÁS DE CUALESQUIERA DE LAS SIGUIENTES: "USDA"

(UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE), "FDA" (FEDERAL AND DRUG ADMINISTRATION) O "EPA" (ENVIROMENTAL PROTECTION AGENCES) O USCSTOMS BORDER PATROL "CBP" O CUALQUIER OTRA ENTIDAD GUBERNAMENTAL O ESTATAL DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA. TAMBIÉN TENDRÁ VALIDEZ LA INSPECCIÓN REALIZADA POR EL COMPRADOR FINAL EN ESTADOS UNIDOS, UNA VEZ QUE ESTE SUMINISTRE INFORMACIÓN SUFICIENTE DE TIPO FOTOGRÁFICO Y UN MUESTREO SUFICIENTEMENTE REPRESENTATIVO DE LA TOTALIDAD DEL EMBARQUE CON UN RESPECTIVO INFORME ESCRITO DETALLANDO LA RAZÓN Y PORCENTAJES DEL DAÑO EN EL EMBARQUE. EN CASO DE QUE EL PROBLEMA O DAÑO HAYA SIDO PROVOCADO EN EL TRANSPORTE DE LA MERCANCÍA FUERA DEL EMPAQUE, LA RESPONSABILIDAD RECAERÁ EN EL COMPRADOR.

- 4.3.- EL EXPORTADOR SE OBLIGA A RESPONDER Y RESARCIR AL IMPORTADOR, INCLUYENDO DE TODOS LOS GASTOS LEGALES EN QUE INCURRA, EN CASO DE QUE EL PRODUCTOR NO HUBIERE CUMPLIDO CABALMENTE CON LAS ESPECIFICACIONES DE USO DE PRODUCTOS QUÍMICOS U ORGÁNICOS EXPEDIDAS POR EL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA O DEL GOBIERNO DEL PAIS DE DESTINO ESCOGIDO POR EL COMPRADOR PARA COMERCIALIZAR LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA. SERÁ RESPONSABILIDAD DEL COMPRADOR AVISAR AL PRODUCTOR DEL DESTINO DE LA FRUTA PARA PREVER OPORTUNAMENTE LA APLICACIÓN DE AGROQUÍMICOS PERMITIDOS POR EL PAÍS DE DESTINO.

5.- LUGAR DE ENTREGA DEL PRODUCTO:

- 5.1.- LUGAR DE ENTREGA EN DONDE SE UBICA EL EMPAQUE:
EN DONNA TEXAS

6.- EXCLUYENTES DE RESPONSABILIDAD:

6.1 EN CASO DE QUE EL PRODUCTO AGRICOLA (PAPAYA) NO LLEGARE A EXISTIR EN SU TOTALIDAD, POR MOTIVOS NO IMPUTABLES AL EXPORTADOR, DEBIDO A CASO FORTUITO O CAUSAS DE FUERZA MAYOR, DEBIDAMENTE ACREDITADOS; NI ÉSTE NI EL COMPRADOR ESTARÁN OBLIGADOS A RESPONDER POR DICHO INCUMPLIMIENTO. NO OBSTANTE, CONVIENEN EN AJUSTAR EL VOLUMEN DEL PRODUCTO, A LA BAJA, EN CASO DE QUE EXISTA PRODUCTO, DEBIENDO ENTREGAR Y PAGAR EL PRODUCTO QUE RESULTE DEL AJUSTE, SIN QUE CONSTITUYA RESPONSABILIDAD PARA LAS PARTES.

7.- RESPONSABILIDAD DEL IMPORTADOR

EL COMPRADOR SE HARÁ CARGO DEL TOTAL DE LA FRUTA QUE HAYA SIDO ACEPTADA Y QUE HAYA CUMPLIDO LA CALIDAD DESEADA DEFINIDA EN LAS ESPECIFICACIONES PARA CALIDAD DE EXPORTACIÓN QUE SERÁ SUMINISTRADA POR EL COMPRADOR SIETE DIAS DESPUES DE QUE LA FRUTA FUE LIBERADA EN FRONTERA POR PARTE DE FDA.

EL COMPRADOR SE RESPONSABILIZA POR REALIZAR EL PAGO DE LOS ANALISIS DE LABORATORIO REALIZADOS A LOS EMBARQUES CORRESPONDIENTES EN LA FRONTERA AMERICANA.

8.- INCUMPLIMIENTO

EN CASO DE INCUMPLIMIENTO DEL COMPRADOR DE ESTE CONTRATO, EL COMPRADOR SE OBLIGA A CUBRIR LOS GASTOS LEGALES, DE PRODUCCIÓN Y EMPAQUE DE ACUERDO CON LOS TERMINOS ACORDADOS EN LA CÁUSULA 2.

9.- VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO

LA VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO INICIARÁ A PARTIR DE LA FECHA DE SU FIRMA Y CONCLUIRÁ EN LA FECHA SIGUIENTE: FINALIZA AL FINAL DEL MES DE MAYO DEL AÑO 2012. LAS PARTES PODRÁN CONVENIR POR ESCRITO UNA VIGENCIA MENOR O MAYOR A LA PREVISTA ANTERIORMENTE. LAS PARTES ESTAN DE ACUERDO EN QUE LA PRIMERA OPCIÓN PARA RENOVAR EL CONTRATO PARA EL TERCER CICLO, ENERO 2012 A MAYO 2013, SERÁ DEL COMPRADOR PARA LO CUAL TENDRÁ DE UN PLAZO HASTA 31 DE ENERO 2012.

10.- IMPUESTOS:

LAS CARGAS IMPOSITIVAS QUE SE GENEREN CON MOTIVO DE ESTE CONTRATO, CORRERÁN POR CUENTA DE QUIEN TENGA LA OBLIGACIÓN DE CUBRIRLAS, DE CONFORMIDAD CON LAS LEYES FISCALES RESPECTIVAS.

11.- CAUSAS DE RESCISIÓN O VENCIMIENTO ANTICIPADO DEL PRESENTE CONTRATO:

SERAN CAUSAS DE RESCISIÓN O VENCIMIENTO ANTICIPADO DE ESTE CONTRATO, ADEMÁS DE LAS QUE EXPRESAMENTE DETERMINA LA LEY, UNA O TODAS DE CUALES QUIERA DE LAS SIGUIENTES:

11.1.- QUE POR DISPOSICIONES GUBERNAMENTALES DE LOS

PAISES DE DESTINO SE RESTRINJA PARCIALMENTE LAS CUOTAS DE IMPORTACIÓN O QUE EN FORMA TOTAL SE PROHIBA, DE CONFORMIDAD CON FUNDAMENTOS LEGALES INTERNACIONALES CON EFECTOS EN MÉXICO.

1.1.2. QUE EL PRODUCTOR CEDA A TERCEROS METODOS Y MANUALES TECNICOS DEL TRATAMIENTO DE LA PAPAYA.

11.3.- INCUMPLIR EN LO PACTADO EN ESTE CONTRATO

12.- DOMICILIOS PARA NOTIFICACIONES:

LAS PARTES DESIGNAN LOS SIGUIENTES DOMICILIOS PARA CUALQUIER NOTIFICACIÓN QUE DEBAN DARSE LAS PARTES CON RELACIÓN A ESTE CONTRATO:

GEORGINA HERNANDEZ ESTRADA	MIGUEL TREVIÑO S/N COL. CENTRO C.P. 60000 URUAPAN, MICHOACAN
ANDRES OCAMPO	1280 SW 7 TH COURT, 33069, POMPAÑO BEACH, FLORIDA, USA.

12.1.- LAS PARTES SE OBLIGAN A AVISAR POR ESCRITO DE CUALQUIER CAMBIO EN SUS DOMICILIOS, DE LO CONTRARIO CUALQUIER NOTIFICACIÓN QUE SE REALICE EN EL ANTERIOR, SERÁ JURÍDICAMENTE VÁLIDA Y SURTIRÁ TODOS SUS EFECTOS LEGALES.

13.- SUMISIÓN A LEYES Y TRIBUNALES:

PARA TODO LO RELATIVO A LA INTERPRETACIÓN, EJECUCIÓN Y CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE CONTRATO, LAS PARTES SE SOMETEN A LAS LEYES Y TRIBUNALES DEL ESTADO DE MICHOACAN, RENUNCIANDO EXPRESAMENTE A CUALQUIER FUERO DISTINTO QUE POR RAZÓN DE SUS DOMICILIOS PRESENTES O FUTUROS PUDIERA CORRESPONDERLES.

ACUERDO DE VOLUNTADES:

LAS PARTES CONTRATANTES MANIFIESTAN SU EXPRESA CONFORMIDAD EN TODAS Y CADA UNA DE LAS CONDICIONES, DERECHOS Y OBLIGACIONES PACTADAS EN EL PRESENTE CONTRATO, Y EN VIRTUD DE NO EXISTIR ERROR, DOLO, VIOLENCIA, MALA FE, OMISION O CUALQUIER OTRO VICIO QUE AFECTE LA VOLUNTAD, FIRMAN EN COMPAÑIA DE LOS TESTIGOS EL PRESENTE CONTRATO, OBLIGÁNDOSE A RATIFICARLO ANTE NOTARIO PÚBLICO EN CASO DE QUE CUALESQUIERA DE LAS PARTES LO REQUIERA.

HLB TROPICAL FOOD USA, INC. REPRESENTADA POR ANDRES OCAMPO	
TERRAMEX AGRÍCOLA”, S. DE R. L. DE C. V., REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR: GEORGINA HERNANDEZ ESTRADA EN SU CALIDAD DE REPRESENTANTE LEGAL	

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

ANEXO 3

PEDIMENTO										Página 1 de 2					
NUM. PEDIMENTO: 11 30 3429 1000424 TIPO OPER: EXP CVE PEDIMENTO: A1 REGIMEN EXD										CERTIFICACIONES					
DESTINO: 9 TIPO CAMBIO: 11.62770 PESO BRUTO: 18,414.000 ADUANA E/S: 300										*** PAGO ELECTRONICO ***					
MEDIOS DE TRANSPORTE VALOR DOLARES: 15,444.00										HSBC MEXICO S.A.					
ENTRADA/SALIDA: ARRIBO: 7 SALIDA: 7 VALOR ADUANA: 0										3429 1000424					
PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL: 179578										OP: 1548104103					
DATOS DEL IMPORTADOR/EXPORTADOR										03/06/2011					
RFC: TAG071127658 NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL										ACUSE: R6AOP31FJ1					
CURP: TERRAMEX AGRICOLA S. DE R.L. DE C.V.										IMPORTE TOTAL \$162					
DOMICILIO: MIGUEL ANGEL TREVIÑO No. SN Int. SN CENTRO CP. 60000 URUAPAN Michoacan MEXICO (ESTADOS UNIDOS MEXICANOS)															
VAL. SEGUROS SEGUROS FLETES EMBALAJES OTROS INCREMENTABLES															
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION: AMHLGJ06 CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO: 300															
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS: 22															
FECHAS										TASAS A NIVEL PEDIMENTO					
PAGO 03/06/2011										CONTRIB. PRV					
PRESENTACION 03/06/2011										CVE. T. TASA 2					
										TASA 140.00000					
CUADRO DE LIQUIDACION															
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	EFECTIVO		TOTALES							
PRV	0	162						162							
						OTROS		0							
						TOTAL		162							
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR															
ID. FISCAL NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL DOMICILIO: VINCULACION															
650843096 HLB TROPICAL FOOD USA, INC SOUTH UNIVERSITY DRIVE No. 282 Int. SN CP. 33324 PLANTATION Florida ESTADOS UNIDOS DE AMERICA NO															
NUM. FACTURA FECHA INCOTERM MONEDA FACT. VAL. MON. FACT FACTOR MON. FAC VAL. DOLARES															
0251 01/06/2011 DAP USD 15,444.00 1.00000 15,444.00															
TRANSPORTE IDENTIFICACION: CTR-10 PAIS: MEX															
TRANSPORTISTA: RFC															
CURP DOMICILIO/CIUDAD/ESTADO															
NUMERO/TIPO CTR-10 57															
OBSERVACIONES															
SE ANEXA COPIA DEL CERTIFICADO FITOSANITARIO INTERNACIONAL No. 1182940.															
PARTIDAS															
SEC	FRACCION	SUBD.	VINC.	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P.V/C	P.O/D	CON.	TASA	T.T.	F.P.	IMPORTE
1	VAL ADU/USD	IMP.	PRECIO PAG.	PRECIO UNIT.	VAL. AGREG.										
	08072001	0	0	20	1188.000	1	18414.000	USA	USA	IGE	0.0000000000	1	0	0	
	PAPAYA FRESCA														
	15444.00	179578		151.15993	0										
AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O ALMACEN										DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD,					
NOMBRE O RAZ, SOC: MAURO IBARRA CASTRO IACM6102048C9										EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL					
RFC: BSU050304180 CURP: IACM610204HDGBSR01										ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA:					
MANDATARIO / PERSONA AUTORIZADA										PATENTE O AUTORIZACION: 3429					
NOMBRE: CURP:															
RFC: CURP:															
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO: 00001000000102221848															
FIRMA ELECTRONICA AVANZADA:															
bHXgA0AoZ6R9psGbOhCdvmrAVEQkCeMQE1979Y9BB9UxhcNuMxJ/rRp+CJJYKNwQWS+Nwgr701FEZ1Cvtf/qHJtg/dlYh/G8OGWloq21TH9LYAkafqzJZF4N8FLr2wl32spl3gF2															
8z9nhQJdW7Z1wVNBCh+Z8ojG+8tBnY=															
"El pago de las contribuciones puede realizarse mediante el servicio de "Pago Electrónico Centralizado Aduanero" (PECA) conforme a lo establecido en la Regla 1.6.2., con la posibilidad de que la cuenta bancaria de la persona que contrate los servicios sea afectada directamente por el Banco. El agente o apoderado aduanal que utilice el servicio de PECA, deberá imprimir la certificación bancaria en el campo correspondiente del pedimento o en el documento oficial, conforme al Apéndice 20 "Certificación de Pago Electrónico Centralizado" del Anexo 22.															
El Importador/Exportador podrá solicitar la certificación de la información contenida en este pedimento en: Administración General de Aduanas, Administración de Operación Aduanera "7", Av. Hidalgo Núm.77, Módulo IV,P.B., Col. Guerrero, C.P. 06300, México, D.F."															
Segunda Copia: "Importador o Exportador".										Destino/Origen: interior del país.					

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE
ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

ANEXO DEL PEDIMENTO										Página 2 de 2							
NUM. PEDIMENTO: 11 30 3429 1000424				T. OPER: EXP				CVE PEDIM: A1				RFC: TAG071127658					
								CURP:									
PARTIDAS																	
	FRACCION	SUBD.	VINC.	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P.V/C	P.O/D							
SEC	DESCRIPCION (REGLONES VARIABLES SEGUN SE REQUIERA)										CON.	TASA	T.T.	F.P.	IMPORTE		
	VAL ADU/USD	IMP. PRECIO PAG.	PRECIO UNIT.	VAL. AGREG.													
IDENTIFICADORES																	
IDENTIF.	COMPLEMENTO 1				COMPLEMENTO 2				COMPLEMENTO 3								
	MA																
	TL	USA															
	UM	H															
*****FIN DE PEDIMENTO				*****NUM. TOTAL DE PARTIDAS:				1				*****CLAVE PREVALIDADOR: 010					
AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O ALMACEN										DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA: PATENTE O AUTORIZACION: 3429							
NOMBRE O RAZ. SOC: MAURO BARRA CASTRO IACM6102046C9																	
RFC: BSU050304180 CURP: IACM610204HDGGBSR01																	
MANDATARIO / PERSONA AUTORIZADA																	
NOMBRE:																	
RFC:										CURP:							
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO: 00001000000102221848																	
FIRMA ELECTRONICA AVANZADA:																	
bhXgApAoZ6R8psGbOhCdmrAVEQKCaMQEt979Y9BB9UxhcNuMxJ/rRp+CJJYKNwQWS+Nwgr701FEZ11Cvff/qHJtg/dIYh/G8OGWloq21TH9LYtAkaqZjZF4N8FLr2wl32spl3gF2 8z9nhQJDtW7Z1rWNBcH+Z6ojf6+8tBnY=																	

Segunda Copia: "Importador o Exportador".

Destino/Origen: interior del país.

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA



R.F.C. CTR980429U40
 Servicio Público Federal de Carga.
 RUTA: Caminos de Jurisdicción Federal
 Calle Francisco Goitia No. 31 C.P. 60157 Col. Mapeco
 Uruapan, Mich. Tel.: 01(452) 528 28.66 Cel. (452) 522.05.47.
 LADA SIN COSTO 01 800 500 1624
 e-mail: corneliotrucking@yahoo.com.mx


CARTA DE PORTE
18770

Origen: URUAPAN, MICH. Fecha: 01/02/2012	Destino: PHARR, TX
Remitente: TERRAMEX AGRICOLA, S DE RL DE CV MIGUEL TREVIÑO SN	Destinatario: HLB SPECIALTIES, LLC
Domicilio: COL. CENTRO URUAPAN, MICH. C.P. 60000	Domicilio: 1450 SW 8TH COURT POMPANO BEACH; FL 33069
Se recogerá en:	Se entregará en:
R.F.C.: TAG 071127 658	R.F.C.:
Fracción No. Clase:	Cuota por Valor Tonelada \$ Declarado \$

La reproducción no autorizada de este comprobante constituye un delito en los términos de las disposiciones fiscales.

CONTINUAS MONAR S.A. DE C.V. PASADENA No. 485 COL. LOS ANGELES C.P. 60160 TEL: (452) 519 03 35 * 519 03 36 URUAPAN MICH. R.F.C. CTR980429U40 AUT. PAGA INTERNET SAT 1203036
 CVE: 961517 ORDEN 05854 FOLIO 1630141-30 302 IMPRESIÓN: DICIEMBRE DE 2010 VENCIMIENTO: DICIEMBRE DE 2012 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL DE IMPRESIONES AUTORIZADO: 21119882

CANTIDAD	CONCEPTO	UNIDAD	IMPORTE
1.00	VIAJE CON PAPAYA FRESCA	20,000 KG,	2,050.00 dils
	PRESELLO: SELLO DE REPUESTO: N.E. TRACTOR: CTR 987 TEMPERATURA: 60 °F N.E. THERMO: CTR 14 EN CASO DE INDICACION CONTRARIA, REPORTAR A LA OFICINA CODIGO ALPHA: CTRH		
Temperatura Recibida	Temperatura entregada		
Nombre y firma	Nombre y firma		

 CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL R.F.C. CTR980429U40 CORNELIO'S TRUCKING REFRIGERADOS S.A. DE C.V. P.O. C. 0852964 AMEX 21101964 5034494210	Reembarco: J. R. RODRIGUEZ GARCIA Condujo: De: a	Reembarcarse con: Conducirá: De: a	SUB-TOTAL 2,050.00 dils I.V.A. 0.00 I.V.A. RETENIDO 0.00 Documentó TOTAL 2,050.00 dils
Observaciones: TRACTOR: MARCA: KENWORTH MODELO: 2006 PLACAS: 987 E.J5 THERMO: PLACAS: 288WK1			
IMPORTE TOTAL CON LETRA (DOS MIL CINCUENTA DOLARES 00/100 U.S.D.)			
LA MERCANCIA VIAJA POR CUENTA Y RIESGO DEL REMITENTE Y/O DESTINATARIO EN CASO DE NO SER ASEGURADA.			
EFECTOS FISCALES AL PAGO CONTRIBUYENTE DEL REGIMEN SIMPLIFICADO		RECIBI DE CONFORMIDAD	
AGENTE		Firma del Destinatario	

PAGO EN UNA SOLA EXHIBICION
 PAGO EN VARIAS PARCIALIDADES
 IMPUESTO RETENIDO DE CONFORMIDAD CON LA LEY DEL I.V.A.

PROYECTO DE EXPORTACION DE PAPAYA VARIEDAD TAINUNG 1 AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA




**EFFECTOS FISCALES AL PAGO
PAGO HECHO EN UNA SOLA EXHIBICION**

FACTURA

Nº 0277

IMPRESA LA ESPERANZA - DELFINO LEON ESTRADA
R.F.C. LEED-20126 UPA C.U.R.P. LEED20126HMMNSL00
JUAN AYALA 787-A BARRIO DE SAN MIGUEL
TEL.FAX 523-1242 C. P. 60000 URUAPAN, MICH.
FECHA DE INCLUSION EN LA PAGINA DE INTERNET DEL
SAT 31 MARZO 2012 IMPRESO 7/ENERO/2010
CADUCA 7/ENERO/2012 CANT. 100 JGS. FOLIO 0201-0200
NUMERO DE APROBACION DEL SISTEMA DE CONTROL
DE IMPRESORES AUTORIZADOS 18379321
LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTE
COMPROBANTE, CONSTITUYE UN DELITO EN LOS
TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES.

TerraMex Agrícola, S. de R.L. de C.V.

R. F. C. TAG-071127 658
Miguel Treviño 5/N. Colonia Centro C. P. 60000
Uruapan, Michoacán, México. Tel. 452.112.68.52 www.terramexfrutas.com

Lugar y fecha de expedición:

Nombre _____

R. F. C. _____ C.U.R.P. _____

Dirección _____ Tel. _____

Col. _____ C.P. _____ Ciudad _____

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNIT.	IMPORTE
			
Cantidad con letra:		SUB-TOTAL \$	
Remisión:		I. V. A. \$	
		TOTAL \$	

BIBLIOGRAFIA

- Morales Troncoso Carlos PLAN DE EXPORTACION
- Bancomext GUIA BASICA DE EXPORTACION.
- www.inegi.com.mx
- www.intracen.org
- www.tradeport.org
- www.cia.gov
- www.guiadelmundo.com
- www.bancomext.com
- www.procomer.com
- www.campomexicano.gov.mx
- Base de datos internacional
- United Nation Department of economic and social affair
- www.app.fao.org/faostad