

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### *“Oportunidades de productos agrícolas del estado de Michoacán en el mercado de china “*

**Autor: Yestan Anaya Chávez**

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

**Nombre del asesor:  
LE. Y MA. Lucia de la cueva García Teruel**

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.





**UVAQ**

**UNIVERSIDAD  
VASCO DE QUIROGA**

**ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

***“OPORTUNIDADES DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS  
DEL ESTADO DE MICHOACÁN EN EL MERCADO DE  
CHINA”***

**TESIS**

**Que para obtener el título de:  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Presenta:  
Yestan Anaya Chávez**

**Asesor:  
LE. y MA. Lucia de la Cueva García Teruel**

**No. De acuerdo LCI 031212    CLAVE 16PSU0011T**

**Morelia, Michoacán**

**Abril del 2009**

## AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios, por ser mi guía.

A mis padres: J. Luz Anaya García (†) que aún sin su presencia, siempre está conmigo, apoyándome; a Etelvina Chávez Morales, por su amor, fortaleza y apoyo absoluto.

A mis hermanas: Esther Anaya Chávez y Luz Maria Anaya Chávez, por su apoyo en mis logros y también en los fracasos; por todo su amor.

Agradezco a todos los que me brindaron su amistad, por hacer más ameno el transcurso de la carrera: a Rafa, Karlita, Ari, Eve, Paty y todos los de Comercio.

A todos los profesores, que mediante su enseñanza me proporcionaron las armas básicas para enfrentarme en el ámbito laboral.

*“Débil es aquel que sus pensamientos controlan a sus acciones; fuerte es aquel que impone a sus acciones que controlan sus pensamientos”*

*Og Mandino*

*“El innovador se transforma en enemigo de todos lo que se beneficiaban con la leyes antiguas”*

*Nicolás Maquiavelo*

# ÍNDICE GENERAL

Índice	
General.....	i
Índice de Figuras y Tablas.....	iv
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
Objetivo General.....	5
Objetivos Derivados.....	5
<b>HIPÓTESIS.....</b>	<b>6</b>
<b>CAPITULO 1.- EL SECTOR AGROPECUARIO .....</b>	<b>7</b>
1.1.    Ramas del sector agropecuario.....	8
1.2.    Importancia de la actividad agrícola a nivel Mundial .....	9
1.3.    Historia de la actividad agrícola en México.....	10
<b>CAPITULO 2.- LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE MICHOACÁN .....</b>	<b>14</b>
2.1.    Regiones Económicas de Michoacán.....	16
2.2.    Importancia de la producción agrícola de Michoacán a nivel Nacional.....	18
2.3.    Estructura de la actividad agrícola de Michoacán .....	20
2.3.1.    Grupos de cultivos.....	20
2.3.2.    Los ciclos productivos.....	21
2.4.    Principales productos agrícolas de Michoacán.....	22
2.4.1.    Aguacate “Hass” .....	23
2.4.2.    Fresa .....	26

2.4.3.	Mango.....	28
2.4.4.	Zarzamora .....	30
2.5.	Programas de apoyo para el Desarrollo y Comercialización productos agropecuarios .....	32
2.5.1.	La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).....	32
2.5.2.	PROMOAGRO .....	31
2.5.3.	PROMÉXICO.....	33
2.5.4.	Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC (BANCOMEXT) .	35

### **CAPÍTULO 3.- REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR PRODUCTOS**

#### **AGRÍCOLAS MEXICANOS..... 37**

3.1.	El Plan de Trabajo .....	38
3.2.	Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM).....	39
3.3.	Regulaciones Arancelarias.....	40
3.4.	Regulaciones no Arancelarias .....	41
3.4.1.	Regulaciones no Arancelarias Cuantitativas .....	42
3.4.2.	Regulaciones no Arancelarias Cualitativas.....	43
3.5.	Regulaciones Fitosanitarias.....	44
3.6.	Tramites Aduaneros .....	46

#### **CAPITULO 4.- PANORAMA DE CHINA ..... 48**

4.1.	Estructura General de China .....	49
4.1.1.	Reseña Histórica .....	49
4.1.2.	Situación, superficie y demografía.....	50
4.1.3.	Organización Administrativa.....	52
4.2.	Marco Económico.....	53
4.2.1.	Principales Sectores Económicos .....	55
4.2.2.	Comercio Exterior .....	56

4.2.3.	Medios de Transporte.....	57
4.3.	Características del Mercado.....	59
4.3.1.	La Cultura China.....	59
4.3.2.	Perspectivas del consumo de frutas.....	61
4.3.3.	Canales de Distribución.....	64
4.3.4.	Técnicas para promocionar los productos.....	65
4.4.	Tramitación de las importaciones de alimentos.....	65
4.4.1.	La Regulación Sanitaria y de Inspección para la Importación de Alimentos.....	66
4.4.2.	Tarifas.....	67
4.4.3.	Regulación Anti-dumping.....	67
4.5.	Estrategias para las negociaciones.....	68
 <b>CAPITULO 5.- RELACIONES ENTRE MÉXICO Y CHINA .....</b>		<b>71</b>
5.1.	Relaciones diplomáticas.....	72
5.2.	Relaciones de Colaboración.....	73
5.3.	Relaciones culturales y educativas.....	74
5.4.	Relaciones Comerciales.....	76
5.5.	Acuerdos y Convenios comerciales.....	79
5.6.	México y China en la APEC.....	81
5.7.	Productos beneficiados para México.....	82
 <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>		<b>83</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>		<b>87</b>
 <b>ANEXOS</b>		

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Municipios del Estado de Michoacán.....	15
<b>Figura 2:</b> Mapa de localización de producción del aguacate <i>Hass</i> .....	24
<b>Figura 3:</b> Mapa de localización de producción de la fresa.....	27
<b>Figura 4:</b> Mapa de localización de producción del mango.....	29
<b>Figura 5:</b> Mapa de localización de producción de la zarzamora.....	31
<b>Figura 6:</b> Mapa de ubicación de la República Popular China.....	50
<b>Figura 7:</b> Mapa de Segmentacion de la República Popular de China..	54
<b>Figura 8:</b> Evolución de las economías China, Japón, Corea 2002- 2007.....	55
<b>Figura 9:</b> Evolución de bienes de Consumo de China.....	61
<b>Figura 10:</b> Comercio Bilateral México- China en millones de dólares...	76
<b>Figura 11:</b> Exportaciones mexicanas a China en 2006.....	78
<b>Figura 12:</b> Importaciones mexicanas de productos chinos en 2006.....	78

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Regiones Económicas de Estado de Michoacán.....	16
<b>Tabla 2:</b> Participación de la producción agrícola de México en el 2007.....	19



<b>Tabla 3:</b> Producción de productos frutícolas del estado de Michoacán en el 2007.....	22
<b>Tabla 4:</b> Condensado de exportaciones de aguacate <i>Hass</i> 2007.....	25
<b>Tabla 5:</b> Condensado de exportaciones de fresa 2007.....	27
<b>Tabla 6:</b> Condensado de exportaciones de mango 2007.....	29
<b>Tabla 7:</b> Condensado de exportaciones de zarzamora 2007.....	31
<b>Tabla 8:</b> Balanza Comercial de México-China 2001 al 2006.....	77

## INTRODUCCIÓN

La importancia del sector agropecuario en nuestro país es indudablemente conocida, aunque, desgraciadamente, no reconocida; a pesar de la existencia de gran diversidad de productos agrícolas, durante el año 2006, sólo representó el 3.54% del Producto Interno Bruto (PIB) en relación con los demás sectores del país.

La producción del sector agropecuario ha disminuido durante las últimas décadas, en especial el de la actividad agrícola; esto por el mayor impulso que se le ha dado a otros sectores como son la industria y los servicios, descuidando, con ello, el desarrollo del campo.

No obstante; como antes se mencionó, México cuenta con gran diversidad de productos agrícolas, tales como el maíz, frijol, trigo, caña de azúcar, alfalfa y tomate rojo, utilizados tanto para consumo propio como para la comercialización a nivel nacional e internacional.

Michoacán es un estado que produce una amplia gama de productos agrícolas, gracias a la calidad de su suelo y a la diversidad de climas existentes (cálido, templado, semicálido y semiseco) que le permiten el cultivo de variedades frutales, cultivos tropicales, hortalizas y básicos .

El cultivo de los productos agrícolas de Michoacán, en su mayoría, se realizan de manera natural; a este tipo de producción se le denomina “agricultura orgánica”. Esta actividad se basa en el uso de insumos naturales, reconociendo a los productos como orgánicos, y que generan un sobreprecio en relación a sus similares.

En la actualidad, en el campo michoacano se promueve la organización de los productores, procesadores, emparadoras y comercializadores a través de los “sistemas-productos”; para el mejoramiento de los sistemas de producción y comercialización de estos productos a nivel nacional e internacional.

La mayoría de los productores integrados en el sistema-producto buscan mejorar los procesos productivos incluyendo el abastecimiento de equipo técnico, insumos y servicios, la distribución y comercialización además de prevalecer el cuidado del medio ambiente, la calidad del producto y la salud de la población.

Michoacán ha buscado nuevos mercados y ha entablado nuevas relaciones comerciales con diversos países, entre los cuales está China, para comercializar sus productos.

China es un país que se ha desarrollado de manera vertiginosa, de tal manera que se ha convertido en una de las grandes potencias comerciales a nivel mundial tras su apertura comercial. Es el país con el mayor número de habitantes. Por esta situación se puede considerar como una oportunidad para ofrecer los productos agrícolas michoacanos que se plantean a través del desarrollo del presente trabajo.

En esta investigación, se hace la propuesta de los algunos productos agrícolas michoacanos que pueden competir en el mercado chino; para ello se realizó el análisis de la producción agrícola michoacana, determinando qué productos generan mayor valor de producción y mayor demanda en el extranjero.

Por otro lado, se hace una descripción de las regulaciones a las que pueden estar sujetos los productos seleccionados. Así como, el análisis de estudios previos para conocer el mercado de China y los acuerdos vigentes con México.

## JUSTIFICACIÓN

La idea de esta investigación, surge de considerar que el estado de Michoacán es rico en la producción agrícola; posee ventajas como la calidad del suelo y diversificación de climas que permiten el desarrollo de cultivos sin tener que hacer grandes inversiones.

También, es necesario que los productores conozcan la oportunidad de sus productos en el mercado chino así como las regulaciones a las que se enfrentan sus productos, para tener una mejor orientación.

Se considera como oportunidad de comercializar productos agrícolas de Michoacán en el mercado de China, pues es un mercado que puede representar gran importancia, tanto por el número de habitantes como por las características de consumo.

Por otro lado, se considera que es necesario diversificar más el mercado externo de los productos agrícolas michoacanos, para evitar la dependencia hacia un solo mercado.

Esta investigación será de gran utilidad ya que dará a conocer un panorama general sobre los principales productos agrícolas del estado de Michoacán, sus zonas productivas, su demanda en el extranjero, los requerimientos en general de los productos agrícolas mexicanos para su comercialización internacional; así como las características de China en cuanto a su cultura, política, economía, sus protocolos y sus relaciones con México.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Conocer las posibilidades de comercializar algunos productos agrícolas michoacanos en el mercado chino. A través de la emisión de un documento orientador para los productores agrícolas que estén interesados en exportar, se propondrán algunos productos agrícolas michoacanos que por su valor de producción y demanda cuentan con las características necesarias para su posible comercialización.

### Objetivos Derivados

- Analizar el desarrollo de la agricultura a nivel nacional e internacional.
- Identificar que lugar ocupa el estado de Michoacán en la actividad agrícola a nivel nacional.
- Identificar los productos agrícolas de mayor producción y su ubicación dentro del estado.
- Conocer la demanda en el extranjero de sus principales productos.
- Investigar si alguno de los productos agrícolas michoacanos en la actualidad se exporta a China.
- Dar a conocer las regulaciones necesarias para la exportación de productos agrícolas hacia China.
- Identificar a las instituciones y organismos, así como los programas que apoyan la actividad agrícola en la producción y comercialización en los mercados internacionales, en especial en China.
- Conocer el mercado chino, en cuanto sus aspectos culturales, políticos, económico, comerciales, el protocolo de negocios y regulaciones de importación de productos agrícolas.
- Analizar relaciones comerciales México – China.

## HIPÓTESIS

Esta investigación pretende demostrar que Michoacán es el estado que representa el mayor valor de producción agrícola a nivel nacional. Creemos que si la actividad agrícola cuenta con los apoyos necesarios, y la orientación adecuada, le facilitará comercializar los productos en el mercado chino.

# **CAPITULO 1**

## **EL SECTOR AGROPECUARIO**



## **1.1. Ramas del sector agropecuario**

La actividad económica de un país se divide en tres grandes sectores denominados primario, secundario y terciario o también conocida como sector agropecuario, sector industrial y sector de servicios (INEGI, 2008).

El sector agropecuario, está integrado por las actividades que se realizan para generar las materias primas; y se divide por agricultura, ganadería, silvicultura, y pesca (SAGARPA, 2008).

La agricultura es la actividad que se dedica al cultivo de diferentes plantas, semillas y frutos, para proveer de alimentos al ser humano o al ganado y para abastecer de materias primas a la industria.

La ganadería es una actividad o rama económica que consiste en la cría de ganado para su venta o para la explotación de los productos derivados de él, como la carne, la leche, la piel.

La silvicultura es la actividad encargada de la explotación de los bosques; es decir, el aprovechamiento y conservación racional de recursos como por ejemplo, la madera, la resina y el chicle.

La pesca es la actividad que se ocupa de la extracción de especies animales del agua, ya sea del mar, de los lagos o de los ríos para la alimentación humana o para la industria como por ejemplo las grasas, los huesos, etcétera.

## **1.2. Importancia de la actividad agrícola a nivel Mundial**

De acuerdo al Informe sobre el Desarrollo Mundial (IDM), también conocido como World Development Report; la agricultura se enfrenta a nuevos retos, que van desde la degradación de los recursos naturales y el cambio climático, hasta el comercio y la liberalización de los mercados, pasando por el ascenso de nuevos actores privados y el desarrollo de nuevas tecnologías (AGUIRRE, 2007).

En base a lo analizado, en dicha publicación se observa que la agricultura es un sector básico para el crecimiento económico, la seguridad alimentaría, la vida de millones de personas y la preservación ecológica.

En los países de América Latina, el Caribe, Europa Oriental y Asia Central, la agricultura aporta tan sólo el 5% del crecimiento del PIB, en promedio, lo que implica que en estos países, se busque vincular a los pequeños agricultores con los modernos mercados de alimentos y generar empleos productivos en las zonas rurales que hagan más atractivo el trabajo de este sector.

La ventaja de México al respecto es que debido a su gran diversidad de suelos y climas le permite una extensa producción agrícola.

No obstante, en la actualidad, el mundo atraviesa por una crisis financiera, alimentaría y energética.

La actual crisis financiera hace más difícil la situación a los países en desarrollo, por que son los más sensibles al efecto provocado por la subida de

los precios de los alimentos y el combustible. Los países en desarrollo deben de estar preparados para una disminución en los flujos de capital, remesas e inversión interna; así como una desaceleración del crecimiento.

El alza de los precios de los alimentos en América Latina enfrenta el reto de hacer más eficiente no sólo la producción agrícola, sino su distribución. Los precios del trigo, maíz, arroz y otros granos han subido dramáticamente en los países en desarrollo durante el 2008

### **1.3. Historia de la actividad agrícola en México**

La agricultura fue de gran importancia durante años, ya que era la fuente esencial para la economía de mexicana; pero con el tiempo esta actividad ha estado decayendo, por lo que es necesario impulsar el desarrollo y la comercialización de sus productos.

Durante “la Conquista”, la agricultura se consolidó por el encuentro que existió entre el indio que se dedicaba a la producción del maíz, frijol y calabaza; y el español que ingreso la producción de la caña de azúcar, arroz, trigo (ITESM, 2008).

Con el tiempo, la hacienda fue fundamental en la actividad agrícola mexicana, pues contaba con lo necesario para llevar a cabo esta actividad; estaba integrada por huertas y jardines, almacenes, talleres, establos y corrales, aldea, plaza y capilla.

La hacienda fue la protagonista más importante durante “la Independencia” (1810) hasta “la Revolución” (1910) de México. Sin embargo, la hacienda fue

víctima de su propio desarrollo, adquirió dimensiones enormes, se convirtió en una estructura social anticuada y sin dueño; provocando un daño a la agricultura nacional.

Con la desaparición de la hacienda se llevó a cabo la repartición de la tierra entre campesinos; con el fin de brindar transparencia a los procesos de negociación de tierras, se estableció “la Reforma Agraria” mediante la promulgación de la ley Agraria establecida el 06 de enero de 1915, promulgada por Luís Cabrera e incorporada en la Constitución de 1917, con principios fundamentales en el artículo 27 (ZORRILLA, 1994).

Los principales elementos, que formaban la base de sustentación legal de la Reforma Agraria son:

- a) Recuperación de las tierras de los pueblos.
- b) Donación de tierras y aguas suficientes.
- c) Ampliación de tierras de los núcleos de población.
- d) Creación de nuevos centros de población agrícola con las tierras y aguas que les sean indispensables.

Este programa se expandió durante la administración de Lázaro Cárdenas durante la década de 1930 y continuó hasta la década de 1960. Como resultado de este proceso, se dio la separación opuesta de la agricultura mexicana en dos polos (MÉNDEZ, 1994):

1. El **Minifundio**, conformado por un pequeño terreno menor a cinco hectáreas, que cuya explotación no alcanza a satisfacer las

necesidades mínimas de los productores; la producción es de autoconsumo y rara vez se vende; casi no cuenta con capital; las técnicas de explotación son atrasadas, lo que hace que la producción sea atrasada y muy baja; sin acceso a crédito y los propietarios tienen que trabajar otras tierras, para poder subsistir.

2. El **Neolatifundio**, conformado por una gran extensión de tierra que es explotada de forma capitalista; se producen cultivos comerciales que se llevan al mercado tanto interno como externo; se encuentran distritos de riego; poseen mucho capital en forma de maquinaria, herramientas, fertilizantes, abono y semillas; las técnicas de explotación son muy avanzadas; el crédito lo obtienen en forma oportuna; generalmente hay solo un dueño de las grandes explotaciones que contrata mano de obra asalariada.

Después de 1960, el gobierno mexicano favoreció el desarrollo industrial y de servicios; provocando la baja en la productividad agrícola, ya que la mano de obra se desplazó a la ciudad abandonando al campo.

La Política Agropecuaria implementada en los últimos decenios, principalmente por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), busca impulsar el desarrollo de las actividades del sector agropecuario.

El proceso de apertura comercial se inició prácticamente a partir de la adhesión de México al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT)

en 1986; posteriormente con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994.

Tras la liberación del comercio, la actividad agrícola desarrolló reformas estructurales, los organismos públicos se transformaron, la comercialización de productos agrícolas fue privatizada y se liberó el comercio exterior de casi todos estos bienes. Sin embargo, la producción nacional se vio afectada a su vez con el ingreso de productos agrícolas al país.

El gobierno mexicano comenzó a implementar mecanismos que fortalecieran al campo mexicano a través de SAGARPA; tal como fueron los Programas de Apoyo Directo a los Productores Rurales (1994), el Programa Alianza para el Campo (1998) que es un sustento a los campesinos basado en el número de hectáreas de siembra y el Programa de Alianza Contigo (2002), que es un sistema de transferencia de ingresos a los campesinos e incentivos para la mecanización y la instalación de sistemas avanzados de riego.

En la actualidad se llevan a cabo programas que fomentan el desarrollo de la agricultura. La Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) es un programa llevado por la Dirección General de Sanidad de SAGARPA que ayuda a los productores a mejorar las condiciones de producción, con la mejor sanidad vegetal para garantizar mayor calidad en el producto.

Sin embargo, en el caso del comercio internacional, de los productos agrícolas necesitan cumplir con los protocolos establecidos en los acuerdos con cada país.

## **CAPITULO 2**

# **LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE MICHOACÁN**

Michoacán está integrado por ciento trece municipios (figura 1); las ciudades más importantes económicamente son: Morelia (la capital), Zamora, Uruapan, La Piedad, Sahuayo, Lázaro Cárdenas, Zitácuaro, Zacapu y Pátzcuaro (Gobierno del Estado de Michoacán, 2008). El estado cuenta con catorce microclimas diferenciados, que le permiten generar una variedad de productos potenciales.



**Figura 1:** Municipios del estado de Michoacán ([http://www.oidrus-portal.gob.mx/oidrus\\_mic/](http://www.oidrus-portal.gob.mx/oidrus_mic/))



## 2.1. Regiones Económicas de Michoacán

La Tesorería del Gobierno de Michoacán divide al estado en diez regiones, de acuerdo a las actividades económicas que se realizan (tabla 1).

Núm. Región	Región
1	Morelia - Centro
2	Zacapu
3	Pátzcuaro-Zirahuén
4	Bajío
5	Oriente
6	Tierra Caliente
7	Costa
8	Meseta Purépecha
9	Valle de Apatzingán
10	Ciénega de Chapala

**Tabla 1:** Regiones Económicas de Estado de Michoacán (ACEVEDO, Víctor A. (2001) "Distribución del ingreso y bienestar social de Michoacán")

A continuación se describirán las actividades principales que se realizan en las diferentes regiones, en especial las actividades del sector agropecuario (ACEVEDO, 2001).

**Morelia-Centro.-** En esta región se localiza la capital del estado, es la región con mayor población que se dedica principalmente al turismo y a los servicios; la actividad agropecuaria es poco importante.

**Zacapu.-** Esta región se dedica a las actividades primarias, especialmente la agricultura; esta área de cultivan principalmente espárragos, brócolis y fresas.

**Pátzcuaro-Zirahuén.-** Es la región más representativa de la cultura indígena, además de dedicarse a las actividades turísticas y de servicios; esta región se dedica a la producción forestal, de la cual transforman a muebles que se comercian.

**Bajío.-** La más importante de producción porcícola, no solo del estado si no a nivel nacional. La Piedad es la entidad representativa de esta producción.

**Oriente.-** En esta región se realizan actividades agrícolas, sin embargo, la silvicultura, la floricultura y las actividades turísticas, también tienen relevancia en la generación de empleos e ingresos.

**Tierra Caliente.-** Esta región es predominante en la producción agrícola, principalmente de la caña de azúcar. El cultivo de mango en diferentes especies, ha tenido gran relevancia para el comercio exterior.

**Costa.-** Se encuentra el Puerto de Lázaro Cárdenas la puerta del Pacífico; también se dedican a los cultivos comerciales de frutas tropicales como es el plátano, cocos y mango.

**Meseta Purépecha.-** La principal actividad económica es la agricultura, destaca el cultivo de frutas como el aguacate, nuez de macadamia y la zarzamora, aunque esta zona es primordialmente aguacatera, con finalidad de comerciar en el exterior.

**Valle de Apatzingán.**- Esta región se encuentra en el suroeste del estado; representa características especiales para la agricultura, por que cuenta con una región hidráulica. Se cultivan el limón y mango con fines comerciales para abastecer tanto la demanda nacional e internacional.

**Ciénega de Chapala.**- En esta región de topografía y de suelos planos, se destacan el cultivo de varias especies; como el trigo, cártamo, sorgo, garbanzo, maíz, fríjol, papa, jitomate, fresa y alfalfa. Esta región debido al buen uso de maquinarias se ha dedicado durante décadas a la producción de fresa y papa para su comercialización.

## **2.2. Importancia de la producción agrícola de Michoacán a nivel Nacional**

Michoacán forma parte del centro occidente del país, donde el sector agropecuario es muy importante; cuenta con una gran extensión de tierras, de las cuales la mayor parte se utilizan para la agricultura. Es uno de los estados más importantes en producción de productos agrícolas, la mayoría de ellos se realizan de manera natural y ecológicamente sustentable.

Lo cual, significa que genera un reconocimiento con validez de certificaciones internacionales y otorgando un sobreprecio en el mercado de su precio similar convencional (Secretaría de Economía y Centro de Capital Intelectual y Competitividad, 2007).

A continuación se muestra un resumen de la participación de todos los estados en la producción agrícola durante el 2007 (tabla 2).

<b>PRODUCCIÓN AGRÍCOLA 2007</b>			
<b>Ubicación</b>	<b>Sup. Sembrada (Ha)</b>	<b>Sup. Cosechada (Ha)</b>	<b>Valor Producción (Miles de Pesos)</b>
AGUASCALIENTES	156,876.00	98,968.00	1,420,088.94
BAJA CALIFORNIA	221,293.90	185,477.90	6,229,272.83
BAJA CALIFORNIA SUR	34,643.55	32,599.95	2,141,724.28
CAMPECHE	228,094.79	151,590.39	1,167,869.52
CHIAPAS	1,375,871.22	1,355,981.87	14,651,325.80
CHIHUAHUA	1,033,924.04	964,903.64	13,240,150.79
COAHUILA	291,749.07	272,449.13	3,941,001.91
COLIMA	171,473.07	167,073.97	3,685,630.18
DISTRITO FEDERAL	24,090.44	23,499.14	1,182,157.23
DURANGO	727,786.12	658,348.12	4,268,596.52
GUANAJUATO	1,049,463.16	938,731.95	12,625,362.21
GUERRERO	841,677.65	833,929.26	8,719,621.73
HIDALGO	578,705.68	532,975.69	4,619,226.65
JALISCO	1,533,378.26	1,368,258.57	20,750,153.96
MÉXICO	896,504.17	886,054.16	15,501,403.14
<b>MICHOACÁN</b>	<b>1,065,272.00</b>	<b>1,020,524.66</b>	<b>24,700,855.63</b>
MORELOS	136,046.07	133,777.14	4,863,809.17
NAYARIT	375,262.81	362,319.72	5,614,265.29
NUEVO LEON	372,309.91	365,828.82	2,865,065.58
OAXACA	1,344,962.23	1,264,847.12	10,527,968.94
PUEBLA	964,606.06	873,448.78	8,728,906.59
QUERETARO	172,503.75	158,851.75	1,727,700.11
QUINTANA ROO	126,739.50	69,280.55	795,348.90
SAN LUIS POTOSI	749,679.52	629,711.91	6,052,660.56
SINALOA	1,330,370.08	1,258,530.28	28,467,957.49
SONORA	552,101.11	546,573.61	15,454,433.86
TABASCO	241,640.15	206,001.04	3,874,536.26
TAMAULIPAS	1,409,083.44	1,335,058.70	11,695,437.55
TLAXCALA	238,729.50	238,553.50	1,707,187.43
VERACRUZ	1,394,163.95	1,274,905.95	18,689,077.00
YUCATAN	779,132.76	757,413.94	2,805,695.70
ZACATECAS	1,315,095.80	1,088,164.40	7,236,489.48
<b>TOTAL</b>	<b>21,733,229.76</b>	<b>20,054,633.61</b>	<b>269,950,981.22</b>

**Tabla 2:** Participación de la producción agrícola de México en el 2007, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). ([http://www.oeidrus-portal.gob.mx/oeidrus\\_mic/](http://www.oeidrus-portal.gob.mx/oeidrus_mic/))

En la tabla se destacó al estado de Sinaloa como primer lugar, mientras que Michoacán se encuentra en segundo lugar en la participación del valor de producción agrícola de todo el país durante el 2007.

### **2.3. Estructura de la actividad agrícola de Michoacán**

La actividad agrícola en Michoacán, al igual que los demás estados de México, dividen a esta actividad de acuerdo a su finalidad en: agricultura de subsistencia y agricultura comercial.

La agricultura de Subsistencia, es la actividad que realiza el agricultor solo para el abastecimiento propio, donde emplea por lo general técnicas tradicionales y depende de la lluvia.

La agricultura Comercial, es la actividad que se realiza con maquinaria, semillas mejoradas y fertilizantes. Utiliza riego artificial y obtiene buenas cosechas para vender a nivel nacional e internacional.

#### **Grupos de cultivos**

De acuerdo a la metodología que aplica el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquero (SIAP) de SAGARPA: en México, los cultivos se agrupan en Industriales, Forrajes, Cereales, Hortalizas, Frutales, Leguminosas, Oleaginosas, Especies, Tubérculos, Ornamentales y en otros.

Con la apertura comercial, el estado de Michoacán, ha desarrollado algunas regiones agrícolas para que puedan competir a nivel internacional, con productos hortícolas, frutícolas y florícolas.

## Los ciclos productivos

Los ciclos productivos se dividen en perennes y cíclicos. Los cultivos perennes son aquellos donde su periodo vegetativo es permanente, es decir solo se obtiene la producción una vez en todo el año. Los cultivos cíclicos son aquellos cuyo período vegetativo es menor a un año; es decir que no se termina un ciclo cuando inicia el otro y la producción se obtiene durante todo el año (SIAP, 2008).

Los cultivos cíclicos se dividen en dos períodos agrícolas: Otoño-Invierno y Primavera-Verano.

En Otoño-Invierno, es donde las siembras generalmente inician en el mes de octubre y concluyen en marzo del siguiente año y las cosechas comienzan desde diciembre y finalizan en septiembre.

En Primavera-Verano, en éste las siembras empiezan en el mes de abril y terminan en septiembre del mismo año, mientras que las cosechas inician en junio y concluyen hasta marzo del siguiente año.

El agua es un factor importante en el proceso de producción. Para ambos ciclos; en el caso del ciclo Primavera-Verano, la modalidad de temporal es preponderante; en tanto que el agua que se almacena o extrae de los pozos se utiliza en el ciclo Otoño-Invierno, ya que en éste la producción de temporal es casi nula, utilizando por tanto el agua de riego.

## 2.4. Principales productos agrícolas de Michoacán

El estado de Michoacán cuenta con una variedad de más de ciento veinte cultivos establecidos a lo largo y ancho de su territorio. En la actualidad, el cultivo de frutas es el más importante del estado, por el valor que genera a nivel nacional.

La siguiente tabla muestra el valor de producción por producto durante el 2007, de los principales cultivos de frutas del estado de Michoacán. Donde se puede observar que el aguacate, la guayaba, el mango, la zarzamora y la fresa son los principales productos que generan mayor valor de producción en el estado.

MICHOCÁN "2007"			
CULTIVO	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	VALOR DE LA PRODUCCION
AGUACATE	98,462.74	93,574.62	\$ 12,215,799.26
CIRUELA	2,920.10	2,819.60	\$ 39,271.30
COCO FRUTA	3,320.50	3,318.00	\$ 38,189.04
COPRA	3,554.00	3,554.00	\$ 12,578.29
DURAZNO	6,904.75	6,486.75	\$ 192,615.63
FRAMBUESA	238.00	238.00	\$ 67,049.44
GUAYABA	8,853.59	8,785.59	\$ 618,447.57
MANGO	24,052.28	22,520.24	\$ 313,652.50
PERA	967.75	691.50	\$ 12,443.00
TORONJA	4,221.45	3,709.45	\$ 73,701.04
ZARZAMORA	3,063.95	3,045.95	\$ 854,999.30
FRESA	3,145.75	3,139.75	\$ 549,660.26
MELON	1,676.00	1,676.00	\$ 218,073.84
PEPINO	4,751.50	4,750.50	\$ 183,914.67

**Tabla 3:** Producción de productos frutícolas del estado de Michoacán en el 2007, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). ([http://www.oidrus-portal.gob.mx/oidrus\\_mic/](http://www.oidrus-portal.gob.mx/oidrus_mic/))

Los productos agrícolas seleccionados para el análisis, se eligieron principalmente por el valor de su producción y la mayor demanda que actualmente gozan en el exterior; son el aguacate, la fresa, el mango y la zarzamora.

En el caso de la guayaba, a pesar de tener mayor valor que el mango y la fresa en Michoacán, su producción ha atravesado por un problema fitosanitario, por la presencia de la “*mosca de fruta*”, esta plaga puso cuarentena permitiendo la restricción en el mercado y la explotación de todas las zonas comerciales productivas (Nom-008-FITO-1995. No. F032); además de ser un fruto delicado para su manejo en relación a su tamaño, el olor, el sabor y las especificaciones fitosanitarias; actualmente, la guayaba solo se exporta a Canadá y Japón. (Secretaría de Economía y Centro de Capital Intelectual y Competitividad, 2007).

A continuación se describirán cada uno de los productos seleccionados, para conocer su región productiva en el estado y su mercado internacional.

#### **2.4.1 Aguacate “Hass”**

El aguacate es originario del continente de América. El origen del árbol se desarrollo en las partes altas del centro y este de México, Centro América, hasta Colombia, Venezuela, Ecuador y Perú (Secretaría de Desarrollo Rural Michoacán, 2008).

En Michoacán existen muchas variedades de aguacate, pero principalmente las que se comercializan son: *Hass*, *Hass Adelantado* y criollo. Hasta 1941 se cultivaban especies de aguacate criollo, para posteriormente ser desplazada





El mercado internacional del aguacate *Hass* se ha ido incrementado, por lo que durante 2007 se comercializó por diferentes partes de mundo; siendo aun Estados Unidos de América el principal cliente (tabla 4).

EXPOTACIONES 2007 "AGUACATE HASS"	
DESTINO	TONELADAS
COSTA RICA	4,787.360
USA	185,057.940
CANADA	28,724.192
JAPON	26,390.299
EL SALVADOR	6,933.410
FRANCIA	7,752.225
GUATEMALA	3,837.744
HONDURAS	2,972.634
HONKONG	95.940
INGLATERRA	473.610
ALEMANIA	361.760
COREA	187.873
ESPAÑA	614.630
HOLANDA	887.800
BELGICA	188.290
AUSTRALIA	15.000
CHINA	0.180
ARGENTINA	0.002
<b>TOTAL</b>	<b>269,280.889</b>

**Tabla 4:** Condensado de exportaciones de aguacate *hass* 2007 en Michoacán, Programa de Sanidad Vegetal, SAGARPA.

La Asociación Agrícola de Productores de Aguacate de Uruapan se creó con el objetivo de integrar a la industria del aguacate para implementar la innovación de sus procesos y productos.

También se ha creado el organismo de la Asociación de Productores Empacadores y Exportadores de Aguacate de Michoacán (APPEAM), para implementar estrategias de logística y así integrar a mayor número de productores y comerciantes. Asimismo se encarga de marketing beneficiando a más de 1,500 productores, en los servicios para la exportación, desde el empaque hasta la certificación.

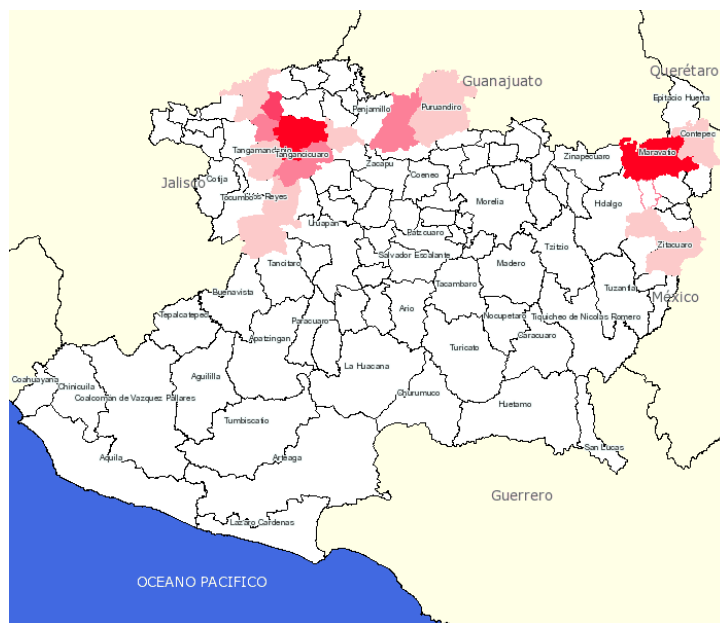
El aguacate *Hass* presenta una variada posibilidad de usos, principalmente en alimentación humana y la industria en pulpa, en aceite para fines culinarios y cosméticos.

#### **2.4.2 Fresa**

La fresa es un producto que se introdujo a principios de 1852 en el estado de Guanajuato y ha llegado a ser uno de los más importantes productos del estado de Michoacán pues es uno de los principales exportadores de esta fruta (Secretaría de Desarrollo Rural Michoacán, 2008).

Actualmente Michoacán ocupa el primer lugar en producción de fresas; cuenta con 3,145.75 hectáreas de superficie sembrada (SAGARPA, 2008). La temporada alta de cosecha se presenta en el mes de octubre a junio. No obstante, esta producción requiere de ciertos cuidados, tratamientos de pos-cosecha así como durante la comercialización.

La producción de la fresa en el estado de Michoacán se concentra en la región de la Ciénega de Chapala, en donde se encuentran el municipio de Zamora, Ixtlan, Jacona y Maravatío (figura 3).



**Figura 3:** Mapa de localización de Producción de la fresa en Michoacán ([http://www.oedrus-portal.gob.mx/oedrus\\_mic/](http://www.oedrus-portal.gob.mx/oedrus_mic/))

La exportación de la fresa en fresco durante el 2007, se ha mantenido en ciertos países, como muestra la siguiente tabla:

EXPOTACIONES 2007 "FRESA"	
DESTINO	TONELADAS
USA	4,018.158
JAPON	14,960.000
AUSTRALIA	23.768
REPÚBLICA	
DOMINICANA	2.060
COSTA RICA	1.020
ESPAÑA	0.020
PAISES BAJOS	0.004
<b>TOTAL</b>	<b>19,005.030</b>

**Tabla 5:** Condensado de exportaciones de fresa 2007, Programa de Sanidad Vegetal, SAGARPA.

En la actualidad Zamora es la entidad que comercializa en mayor cantidad fresas, y cuenta con grandes ventajas ya que tiene todos los nutrientes del

suelo que son suficientes para la producción, y no es necesario utilizar procesos de altos costos.

La fresa, es un producto demandado para el consumo humano en fresco o procesado en mermeladas, jaleas, etcétera.

### **2.4.3. Mango**

El mango es originario de la India y llegó a América en el siglo XVIII traído por los Navegantes Portugueses a Brasil. Desde allí se llevó el árbol a las Antillas y después a México (Secretaría de Desarrollo Rural Michoacán, 2008).

El mango a nivel internacional es de gran importancia, por que es el tercer fruto tropical a nivel mundial, en cuanto a producción e importación (después del plátano y la piña) y el quinto de todos los frutos que se comercializan a nivel mundial.

Las variedades que se producen en Michoacán son: Tommy Atkins, Keit, Kent y Ataulfo. La temporada alta de cosecha se presenta en el mes de febrero a junio.

El estado de Michoacán produce el mango en 24,052.28 hectáreas (SAGARPA, 2008), que se localizan en la región de Valle de Apatzingán en los municipios de Múgica, Gabriel Zamora, Nuevo Trecho, Parácuaro, San Lucas y Lázaro Cárdenas (figura 4).



El mango se usa para consumo humano, tanto como fruta fresca o jugos, helados, dulces, mermeladas, conservas. Industrialmente se procesa en pulpa, encurtidos y productos congelados. El mango es considerado como una fruta altamente saludable, su elevado contenido de agua permite una agradable forma de hidratarse.

#### **2.4.4.Zarzamora**

La producción de la zarzamora en todo el país ha crecido a partir de 1986, considerándose Michoacán, México y Puebla, los principales estados productores (Secretaría de Desarrollo Rural Michoacán, 2008).

La zarzamora de sinónimos zarza, mora, frambuesa, es un producto que en el estado de Michoacán representa la mayor participación en cuanto a producción y superficie; se cultiva en 3,063.95 hectáreas ocupando el 86% del valor de producción total. (SAGARPA, 2008) La temporada alta de cosecha se presenta en el mes de octubre a junio.

A pesar de que la producción en Michoacán de la zarzamora es rentable, tiene problemas en su producción y comercialización, ya que es necesario tener mayor conocimiento y mayor tecnología.

La producción de la zarzamora se concentra en los municipios de Ziracuaretiro, Los Reyes, Tocumbo, Ario de Rosales, Tacámabaro, Peribán, Salvador Escalante y Tangancícuaro (figura 5):





La zarzamora se utiliza para el consumo humano en la preparación de jugos, mermeladas, néctares de frutas, entre otros.

## **2.5. Programas de apoyo para el Desarrollo y Comercialización de productos agropecuarios**

Los siguientes organismos orientan y apoyan a la actividad agrícola desde la compra de insumos, producción, comercialización, industrialización y consumo.

### **2.5.1 La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)**

La SAGARPA es la institución del gobierno que se encarga de lo relacionado primordialmente de la agricultura, ganadera, desarrollo rural, pesca y alimentación.

Aplica programas de apoyo para elevar el nivel económico en el área rural, buscando abastecer el mercado interno con alimentos de calidad, incrementar los mercados globales, promover los procesos de agregación de valor, restaurar los ecosistemas preservando el agua y el suelo, entre otros objetivos (Diario Oficial de la Federación, 2007, diciembre).

El apoyo otorgado va desde su producción hasta la comercialización nacional e internacional de los productos derivados. También se encarga de llevar a cabo el cumplimiento de las regulaciones que requiere el producto agrícola para exportarse como es el Certificado Fitosanitario Internacional de los vegetales a través de Sanidad Vegetal.

El Certificado Fitosanitario Internacional de Exportación, únicamente se expide a petición del país importador, el cual ampara la fitosanidad del producto a exportarse.

### **2.5.2 PROMOAGRO**

PROMOAGRO (Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos) es un programa fomentado por la SAGARPA para todos los Productores, Comercializadores, Consejos, Asociaciones y Organizaciones que estén formalmente constituidas bajo alguna figura jurídica civil o mercantil, que se dediquen a actividades de producción, transformación, comercialización o promoción de productos agroalimentarios y/o pesqueros, preferentemente dentro una cadena productiva (INFOASERCA, 2008).

El objetivo general es promover el fortalecimiento de la oferta, así como el posicionamiento e incremento del consumo de los productos agroalimentarios mexicanos, a fin de integrar al productor de manera favorable a los mercados.

Los proyectos que otorga el programa para el fortalecimiento y consolidación de la oferta son:

- México Calidad Suprema (sello que garantiza la sanidad, inocuidad y calidad superior de los productos mexicanos, en especial los agroalimentarios y pesqueros).
- Comercio Directo
- Directorio de Agroexportadores
- Solución de Controversias
- Exposiciones y Eventos

- Certificaciones diversas
- Apoyo de costos financieros de factoraje

Por otra parte, los proyectos para promover el comercio y consumo de los productos son mediante:

- Campañas de Marcas Regionales
- Campañas de Promoción Nacionales e Internacionales
- Campaña Genérica para el Incremento de Consumo de Frutas y Verduras en el Mercado Nacional o Internacional
- Campañas de Productos Pecuarios
- Campañas para Promoción del Sistema "Tipo Inspección Federal"
- Campañas "México Calidad Selecta"
- Exposiciones Nacionales e Internacionales
- Misiones Comerciales

Los proyectos que se presenten deben cumplir con los objetivos del programa. Se apoyará preferentemente a las organizaciones sociales y a los productores que cuenten con el esquema de certificación Marca Oficial "México Calidad Suprema".

### **2.5.3 PROMÉXICO**

PROMÉXICO es un organismo del gobierno federal mexicano que se estableció el 13 de junio de 2007 para encargarse principalmente de fortalecer la participación de México en la economía internacional, mediante el apoyo a las empresas establecidas en el país que realicen exportaciones y la coordinación de las acciones para atraer inversión extranjera directa a territorio nacional (PROMÉXICO, 2008).

En relación a las exportaciones, tiene como objeto impulsar y promover los productos mexicanos, para contribuir el desarrollo económico de México y al mismo tiempo incrementar la presencia de los productos.

El organismo orienta a las empresas en los retos que se enfrentan en la economía global, contando con una amplia gama de soluciones de negocios para apoyar a su empresa en el diseño y fortalecimiento de su estrategia de negocios en el extranjero.

En la actualidad dicho organismo, cuenta con una red de cincuenta y dos oficinas en el interior del país; y treinta y cinco oficinas en 19 países. Entre los que destaca una en el estado de Michoacán y tres en la República Popular de China, país que se analizará en los siguientes capítulos (véase en Anexo 1).

#### **2.5.4 Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC (BANCOMEXT)**

El Banco nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT), es un instrumento de gobierno mexicano para impulsar el crecimiento de las empresas mexicanas, en especial de las pequeñas y medianas para incrementar su participación en los mercados globales.

Bancomext pone a disposición servicios que requiere el exportador para que pueda competir en el exterior, tales como los servicios financieros y de promoción comercial para impulsar su actividad productiva.

**Servicios Financieros.-** Servicios Crédito, Desarrollo de Proveedores de Empresas Exportadoras y Seguros Bancomext; además, ofrece diversos productos y servicios para fortalecer y facilitar las actividades de exportación, como Servicios de Tesorería, Cartas de Créditos, Capital de Riesgo y Garantías.

**Servicios no Financieros.-** Bancomext ofrece una amplia variedad de productos y servicios promocionales que se diseñaron de acuerdo a las necesidades de los clientes en materia de información, asesoría, capacitación, asistencia técnica, promoción en el exterior y eventos internacionales.

Estos servicios se otorgan a las empresas vinculas directa o indirectamente con actividades de comercio exterior, localizadas en cualquier parte del territorio nacional, ya sea directamente en los centros de Bancomext localizados en la República Mexicana y en las Consejerías Comerciales y módulos comerciales en el extranjero.

También para mayor facilidad cuenta con asistencia en línea, a través de su página web [www.bancomext.com](http://www.bancomext.com) o comunicación de servicio telefónico Exportatel: 01 (55)5449908/01 800 EXPORTA (397-6782). \*

---

\* Actualmente Bancomext atraviesa por una disyuntiva sobre si desaparece o deja que siga operando como una institución paralela a Nacional Financiera (Nafin); Bancomext se encarga al otorgamiento de créditos y capacitación para las empresas exportadoras mexicanas y Nafin, para atender a la pequeña y mediana empresa; por eso se creó ProMéxico para suplir las tareas de promoción de las exportaciones, además de promover inversiones.

**CAPÍTULO 3**  
**REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR**  
**PRODUCTOS AGRÍCOLAS MEXICANOS**

Todas las empresas que estén interesadas en exportar, como el caso de las emparadoras y exportadoras tienen la obligación de estar inscritas en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), como lo establece el artículo 27 en el Código Fiscal de la Federación (CFF). Asimismo es necesario revisar las regulaciones arancelarias y no arancelarias requeridas en México para la exportación.

### **3.1. El Plan de Trabajo**

En la actualidad la comercialización de los productos agrícolas a nivel internacional, representa grandes riesgos ya que se pueden introducir plagas. Es por eso que los países han implementado medidas para el intercambio comercial de productos agrícolas, para que los países no corran ningún riesgo fitosanitario o sí es que existe algún riesgo, poder eliminarlo o disminuirlo.

El Plan de Trabajo es un documento oficial firmado entre SAGARPA, a través de la Dirección General de Sanidad Vegetal y el Servicio de Protección Vegetal del país a exportar, en el cual se especifican los requisitos fitosanitarios, procedimientos, sanciones y acciones a cumplir por parte de los involucrados (SENASICA, 2008).

Los planes de trabajo son tanto para la importación como exportación de productos agrícolas. Este Plan tiene validez definida o indeterminada, la cual depende de los cambios en las condiciones fitosanitarios según al acuerdo que alcancen los países involucrados.

En el plan de trabajo, se especifica todo lo necesario para que se pueda exportar o importar algún producto agrícola, especificando todos lineamientos

y cumplimientos relacionados con las regulaciones y restricciones no arancelarias.

El plan de trabajo se realiza por producto y por país, donde se describe todos los lineamientos necesarios; como se observa en el resumen del Plan de Trabajo que le permite a México exportar el aguacate a China (véase anexo 4).

### **3.2. Las Normas Oficiales Mexicanas (NOMs)**

En México se establecen las Normas Mexicanas (NMX) y Normas Oficiales Mexicanas (NOM); las primeras son de cumplimiento voluntario, sirven para asegurar la calidad del producto y las segundas son las normas establecidas de cumplimiento obligatorio que se publican a través del Diario Oficial de la Federación.

En relación a la actividad agrícola, todos los productores que realicen el comercio de mercancías tienen la obligación de cumplir con las NOMs si el producto esta sometido en una de ellas. Las NOMs en el sector agrícola se aplican a los productos sujetos a una plaga, para establecer y certificar la calidad del producto a comercializar.

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través del Programa de Sanidad Vegetal es la encargada de la regulación Fitosanitaria; así como la normalización a través de la publicación de Normas Oficiales Mexicanas.



La SAGARPA tiene la facultad de controlar los aspectos fitosanitarios en la producción, industrialización, comercialización y movilización de vegetales, sus productos o subproductos, vehículos de transporte, materiales, maquinaria y equipos agrícolas o forestales cuando implique un riesgo fitosanitario.

Es muy importante asegurarse que la mercancía que se va a exportar no este sujeta al cumplimiento de una NOM y si esta sujeta que se cumpla con ella.

En el caso de los productos analizados en el capítulo anterior de interés para esta investigación, productos tales como el aguacate debe cumplir con la NOM-066-FITO-2002 (véase en Anexo 2), el mango debe cumplir con la NOM-023-FITO-1995 y NOM-075-FITO-1997 (véase en Anexo 3) y la fresa y zarzamora actualmente no requieren del cumplimiento de alguna NOM.

### **3.3. Regulaciones Arancelarias**

Las Regulaciones Arancelarias son las cuotas, impuestos o aranceles como se conocen; que deben pagar los importadores o exportadores en la aduana de un país, por la entrada o salida de mercancía. La ley que regula a los aranceles es la Ley de Impuesto General de Importación y Exportación.

Ley de Comercio Exterior de México en el artículo 12 indica los tipos de aranceles generales que se cobran por la exportación e importación de mercancías, como se muestra a continuación:

- a) Ad valorem: se enuncia en términos porcentuales y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía (por ejemplo \$500 valor de aduana por 12% de ad valorem)
- b) Específico: se enuncia en términos monetarios por unidad de medida (por ejemplo \$5 por 10 litros de leche).
- c) Mixto: es la combinación de los dos anteriores (por ejemplo: 5% ad valorem más US \$1.00 por metro cuadrado de tejido poliéster).

México y la mayoría de los países de la Organización Mundial de Comercio (OMC) utilizan estos tres tipos de aranceles.

La Tarifa del Impuesto General a la Importación y Exportación (TIGIE), es el instrumento que proporciona el porcentaje del arancel al exportador y al importador. La tarifa establece que el impuesto general a las exportaciones esta exento, con objeto de favorecer a los productos nacionales.

A pesar de lo dispuesto por las leyes mexicanas, se pueden establecer aranceles diferentes de acuerdo a lo dispuesto al artículo 14 de la Ley de Comercio Exterior, siempre y cuando se establezcan en los tratados o convenios comerciales internacionales de los que México forma parte.

### **3.4. Regulaciones no Arancelarias**

Las Regulaciones y Restricciones no Arancelarias son las medidas que establecen los gobiernos para controlar el flujo de las mercancías entre los países, ya sea para proteger lo que respecta a bienes y plantas productivas del país, medio ambiente, salud de la población, sanidad vegetal en el caso los productos agrícolas como para asegurar la calidad del producto.

Las regulaciones no arancelarias a la que se enfrenta el comercio exterior se dividen en dos clases: cuantitativas y cualitativas (BANCOMEXT, 2007).

### **3.4.1 Regulaciones no Arancelarias Cuantitativas**

Este tipo de regulaciones se aplican a las cantidades de productos que se permiten importar a un país o establecer distintas contribuciones a las que están sujetas esas mercancías.

1. **Permisos para Exportación e Importación.**- Los países con objeto de restringir la importación o exportación de ciertas mercancías, ya sea por seguridad nacional, sanitaria o protección de planta productiva; limitan o prohíben ciertas mercancías. La Secretaría de Economía se encarga de expedir estos permisos.
2. **Cupos.**- Es la cantidad determinada de mercancía que puede ser importada o exportada. Todos los países determinan las cantidades o volúmenes que pueden ser ingresadas a su territorio, así como la vigencia y el impuesto que esta sujeto a cupo.
3. **Medidas contra prácticas desleales del comercio internacional.**- Son las medidas que están destinadas a contrarrestar los posibles daños a la planta productiva nacional atribuibles a los precios bajos con que ingresan las mercancías a un país.

### 3.4.2. Regulaciones no Arancelarias Cualitativas

Estas regulaciones se aplican directamente con el producto y sus accesorios sin importar la cantidad, estas medidas se aplican a todos los productos que se quieran introducir a un país.

1. **Regulaciones de etiquetado.**- Son las normas que requieren algunos países, para que la mercancía ingrese a la aduana del país importador y también para que el consumidor conozca la marca del producto, el país de origen, quien lo produce, características y otros aspectos.
2. **Regulaciones de envase y embalaje.**- Esto con la finalidad de proteger los productos durante las etapas de transportación y almacenaje, para que lleguen en buenas condiciones al consumidor final.

En el caso de los productos frescos, los países establecen reglas sobre los materiales y características que deben de cumplirse. Para las cajas que contienen frutas y vegetales, deben de ir identificados con nombre del producto, cantidad, país de origen, así como nombre y dirección del envasador.

3. **Marcado de país de origen.**- Se utiliza para identificar el país de origen de las mercancías que se van a importar o exportar.
4. **Regulaciones Sanitarias.**- Estas regulaciones son aplicables para los productos agropecuarios, procesados o no; se dividen fitosanitarias cuando provienen del reino vegetal y zoosanitarias cuando proviene del reino animal.

### 3.5. Regulaciones Fitosanitarias

Estas regulaciones forman parte de las regulaciones sanitarias, sin embargo nos enfocamos a este tipo de regulación, debido a que son aplicables a los productos de la actividad agrícola.

Las Regulaciones Fitosanitarias se aplican con el fin de proteger la vida y salud humana y vegetal, en caso de contar con riesgos como la introducción y propagación de plagas o la presencia en los alimentos de activos contaminantes, toxinas y organismos que causen enfermedades en su territorio.

En México, a través de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), se aplican regulaciones Fitosanitarias a ciertos productos destinados a la exportación. Y por tanto, todos los productores o exportadores deberán contar con las certificaciones sanitarias emitida por la SAGARPA.

A continuación se describen las regulaciones importantes para la comercialización de los productos agrícolas:

1. **Buenas Prácticas Agrícolas.**- Son las medidas aplicadas por las autoridades sanitarias para asegurar la inocuidad de los alimentos; es decir, que tiene mínimo grado de contaminación en el procesos. Para ingreso a mercados internacionales, se toman en cuenta estas medidas, tanto para los productos nacionales como los importados. Estas medidas facilitan el trámite de aceptación de los productos.

2. **Uso de pesticidas y fertilizantes.**- En los productos agrícolas el uso de fertilizantes está regulado; pero cada país establece niveles máximos de residuos de sustancias en los productos.
3. **Pruebas de laboratorio.**- Son los métodos utilizados para detectar el contenido de sustancias tóxicas y residuos presentes en los alimentos.
4. **Inspecciones certificaciones sanitarias.**- Las autoridades sanitarias, en nuestro caso la SAGARPA debe entregar a los productores o exportadores un certificado que demuestre el cumplimiento de las regulaciones.
5. **Regímenes de cuarentena.**- Son los tratamientos establecidos para eliminar plagas o ubicar el producto en una zona denominada zona de cuarentena hasta estar libre de plaga.
6. **Determinación de zonas libres de plagas y enfermedades.**- Esta determinación la otorga la SAGARPA y en su caso la autoridad sanitaria del país importador; a las zonas productoras del país exportador cuando consideran zona libre de plaga y enfermedades, de la que se permite solo la importación de los bienes producidos en esa zona.
7. **Normas de calidad.**- Estas normas están obligadas dependiendo del producto que se vaya a exportar. Las normas de calidad para los productos frescos, son los estándares que utilizan entre los distintos países en relación al tamaño, largo, peso, así como el grado de madurez.

### **3.6. Tramites Aduaneros**

La entrada o salida de las mercancías del territorio nacional se lleva a cabo en las aduanas autorizadas, por conducto de los agentes o apoderados aduanales, el cual presenta un pedimento en forma oficial aprobado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). También en la aduana se paga un impuesto llamado Derecho de Trámite Aduanero (DTA), es una cantidad única que se carga en el pedimento.

En la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM), se encuentran los agentes autorizados para actuar en nombre del exportador.

Los documentos obligatorios para la exportación de mercancías son:

- a) La Factura o cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- b) Los documentos que acrediten el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, que expida la Ley de Comercio Exterior publicadas en el Diario Oficial de la Federación y se identifiquen en términos de la fracción arancelaria que le corresponda correctamente conforme a la tarifa de la Ley del Impuesto General de Exportación.
- c) Los documentos de transporte, es el documento de la empresa transportista donde hace constar que la mercancía se ha embarcado a un destino determinado.

El Certificado de Origen, a pesar de no mencionar la Ley Aduanera como requisito para la exportación; es un documento formalmente que manifiesta

que el producto es originario del país o de la región. Por lo que es un documento necesario para el ingreso de la mercancía en cualquier parte del mundo. El certificado de Origen no tiene el mismo formato para cualquier país, cada país o tratado con el que México forma parte, utilizan un formato.

Es importante tanto para el exportador como importador, que al momento de negociar se establezcan los INCOTERMS que son las definiciones comunes en el comercio internacional respecto al precio de un bien hasta un punto determinado. Definir las obligaciones y responsabilidades del comprador y del vendedor respecto a: flete, seguros, aranceles de importación o exportación, gastos de maniobras de carga y descarga de la mercancía.



## **CAPITULO 4**

### **PANORAMA DE CHINA**

## **4.1 Estructura General de China**

### **4.1.1. Reseña Histórica**

China es una de las civilizaciones más antiguas, regida anteriormente por medio de dinastías, de las cuales logró tener un pasado muy glorioso.

Sin embargo, tras la entrada de la dinastía Qing en el siglo XIX y su intento por conservar al país aislado del extranjero, obtuvo como resultado revueltas internas y agresiones con las potencias mundiales. La caída del imperio de Qing en China fue el 10 de octubre de 1911 después del levantamiento de Wuchang por intentar implantar la república; después en 1931, Japón invadió a China y durante la Segunda Guerra Mundial en 1945, en China se fortalecieron las revueltas comunistas.

Mao Tse Tung, es el personaje más importante para el país de China y líder del partido comunista; que después de derrotar a los japoneses, promulgó una guerra civil entre el gobierno del Kuomintang quien gobernaba en ese entonces. Y el 1 de octubre de 1949 en Pekín (actualmente Beijing), Mao proclamó la República Popular China después de ganarle la guerra.

China bajo la dirección de Mao, después de la etapa de recuperación, llevo al país a obtener un grande desarrollo social conocido como el Gran Salto Adelante o la Revolución Cultural. Después de la muerte Mao en 1976; se lanza la política de Reforma Económica, la apertura al exterior y la entrada el desarrollo económico de la política ideológica.

En 1989 sube al poder de Deng Xiaoping, considerado importante líder del país por llevar a cabo reformas estructurales que generaron el vertiginoso

crecimiento económico que continua hasta la actualidad. Después en el 2003 el poder se accedió a Hu Jintao, quien es el presidente actual (CHINA.ORG, 2008).

#### 4.1.2. Situación, superficie y demografía

El nombre oficial es la República Popular China y su capital es Beijing. China cuenta con una extensión territorial de 9, 600,000 kilómetros cuadrados; se considera el cuarto país más grande por su extensión territorial después de Rusia, Canadá y Estados Unidos (BANCOMEXT, 2008).

La siguiente figura muestra la ubicación geográfica de China:



**Figura 6:** Mapa de ubicación de la República Popular China  
(<http://www.bancomext.com/Bancomext/publicasecciones/secciones/7079/China.pdf>)

Los principales y grandes ríos son el Amarillo y el Yangtze, que atraviesan del oeste al este del país y sus valles son vías de comunicación hacia el interior.

La zona costera esta conformada por el mar Amarillo, el mar de China Oriental y del mar de China Meridional.

Las más importantes y grandes cordilleras son el Himalaya, que alcanza su mayor altura en el Monte Everest, y las zonas desérticas que predominan la mayor parte de un paisaje árido son el Takla-Makan y el desierto de Gobi.

En el país prevalece diversidad de climas. En el norte se experimenta una larga temporada fría y seca de noviembre a marzo; y al sur el clima es cálido la mayor parte del año. La mayor parte del territorio chino esta sometido la influencia de los helados vientos de Siberia y Mongolia durante el invierno y lluvias durante el verano en el sur del país.

China tiene la mayor población el mundo, durante el 2007 alcanzó los 1,321 millones de habitantes, cifra que representa cerca de una quinta parte del total mundial. La densidad de la población es de 135 habitantes por kilómetro cuadrado; en la zona costera es donde se ubica la mayor densidad siendo el 94% del total de la población, casi dos tercios del país prácticamente son deshabitadas.

Al principio de 1980 las autoridades chinas llevaron una campaña nombrada: “*Política de Planificación Familiar*”, para limitar el crecimiento poblacional mediante incentivos y penalizaciones. La política consistió en limitar a las familias urbanas a un sólo niño y las rurales a dos, cuando el primero es niña; esto por que los niños se consideran más útiles en las áreas rurales. El 57% de la población es rural y el 43% es urbana.

El idioma oficial es el *chino mandarín* y *cantonés*; sin embargo, existen más lenguas étnicas no oficiales. Y el idioma para los negocios es el inglés.

La religión predominante es el Budismo, seguidas del Taoísmo, el Islam y el Cristianismo, tanto en forma católica como protestante.

La moneda es el Renminbi (moneda del pueblo) o también conocida como el Yuan. El Yuan conocido como "kuai", se divide en 10 jiaos conocidos como "mao"; y el jiao es igual a 10 fen.

Los días festivos oficiales son: el 1 de enero (El Año Nuevo), en enero o febrero (El Año Nuevo Chino según el calendario lunar), el 1 de mayo (El día Internacional del Trabajo), el 1 de octubre (La fiesta Nacional) y la Fiesta de la Primavera.

#### **4.1.3. Organización Administrativas**

China está dividida en 34 unidades administrativas: 23 provincias, 5 regiones autónomas, 4 municipios y 2 regiones administrativas especiales.

La administración del estado se basa en la Constitución adoptada en 1982, enmendada en 1988, 1993, 1999, 2004 y 2007. Durante el último congreso celebrado el 21 de octubre del 2007 por el Partido Comunista de China (PCC) se acordó la modificación de la Constitución convirtiéndose Hu Jintao en el cuarto dirigente chino en dejar su huella en la constitución, tras Mao, Deng Xiaoping y Jian Zemin (Guía País: China 2008).

La Asamblea Popular Nacional (APN), es el máximo órgano legislativo conformado por más de tres mil delegados, que se reúne una vez al año. La Asamblea Popular Nacional, se convocó en 1954, lo cual estableció el sistema

de asambleas populares en China; este sistema establece que todo el poder de este país le pertenece a su pueblo.

El Partido Comunista de China (PCC) es el único partido político del país en el poder, fue fundado en julio de 1949 y ahora tiene más de 70 millones de miembros.

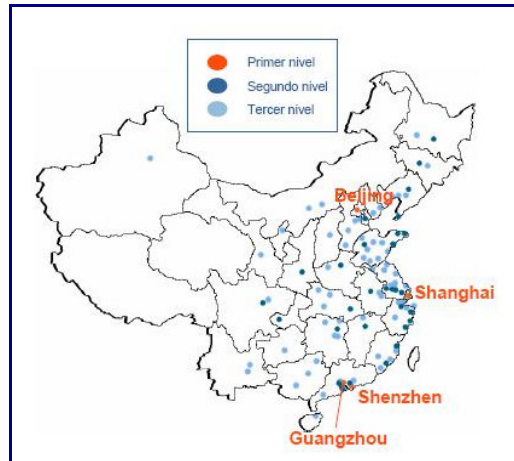
El Consejo de Estado, bajo la autoridad del presidente, elige un Comité Central de 198 miembros, es el máximo órgano entre los congresos; aquí se encuentra el primer ministro, actualmente es Wen Jiabao, seguido de un gabinete con un número variable de viceprimeros ministros, actualmente son cuatro y además de numerosos ministerios.

## **4.2 Marco Económico**

China ha arrastrado durante años una transformación de una economía planificada interna, mediante la creación de “zonas económicas especiales” (SEZ) en la zona costera, donde se concentró el desarrollo industrial suministrando al país enormes inversiones en instalaciones, servicios públicos y creando centros habitacionales para trabajadores; esto convirtió a China en la mayor potencia manufacturera del mundo. La entrada a la Organización Mundial del Comercio (OMC), le permitió la apertura comercial del país.

Las Zonas Económicas Especiales (SEZ) de China son: Beijing, Shanghai, Shenzhen y Guangzhou, la cuales han atravesado por una gran transformación que han ayudado al desarrollo del país. La siguiente figura

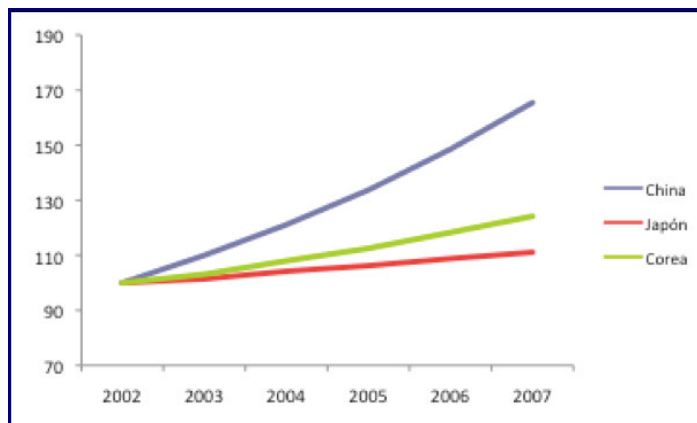
muestra las SEZ; al igual la división del país en relación a la aportación al PIB:



**Figura 7:** Mapa de Segmentación de la República Popular de China  
(<http://www.interchinaconsulting.com>)

Mediante el desarrollo de las SEZ de China, la mayoría de las inversiones extranjeras son generadas por la fuerza de trabajo intensiva y barata que existe. En su mayoría todos los productos elaborados no son destinados al mercado interior, sino que son destinados al exterior.

Entre 2002 y 2007 la economía de China creció a un ritmo anual promedio de 10% en términos reales. Desde 2005, este crecimiento se ha visto impulsado en gran parte por las exportaciones y la inversión, como se muestra en la siguiente figura comparado con los otros dos países asiáticos más importantes.



**Figura 8:** Evolución de las economías China, Japón, Corea 2002-2007 datos del FMI (<http://www.promexico.gob.mx>)

#### 4.2.1. Principales Sectores Económicos

En el 2007, China registró un crecimiento del 11.4%. En la actualidad, la economía de China ocupa el segundo lugar entre los países de Asia y el cuarto lugar a nivel mundial en base al Producto Interno Bruto (PIB); solo atrás de Estados Unidos, Japón y Alemania.

Es una economía principalmente Industrial, donde el sector secundario aporta el 49%, los servicios el 39% y el sector agropecuario un 11% del total.

El sector agropecuario sigue siendo importante en la economía china, pues en término de empleos (ocupa el 57% de la población total), producción y exportación; sin embargo en los últimos años ha disminuido significativamente.

La agricultura es la más importante pues ocupa el 50% de la participación del sector; las principales cosechas son arroz, maíz, trigo que junto con la soya representan el 62% de la superficie sembrada.



La Industria se conforma por metales, cemento, fertilizante, papel, azúcar, algodón, cigarrillos, televisores, lavadoras de ropa, refrigeradores y vehículos motorizados; y es la que representa mayor valor al PIB.

#### **4.2.2. Comercio Exterior**

Durante el 2007, China alcanzó los 1, 218,000 millones de dólares estadounidenses en exportaciones generando un aumento del 23%, por otra parte las importaciones fueron de 955,800 millones de dólares aumentando el 20%; esto en comparación con el año anterior. Lo que arrojó un superávit comercial de 262,200 millones de dólares, creando un aumento del 47 % (Guía País: China, 2008).

Los principales socios comerciales y mercados durante el 2007, que señala el Ministerio de Comercio de la República Popular de China son la Unión Europea, Estados Unidos, Japón, Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, Hong Kong, Corea del Sur, Provincia de Taiwán, India, Australia y Rusia. En la actualidad China comercia con más de 230 países y regiones (MOFCOM, 2008).

Durante los últimos años, tras el desarrollo económico; China se ha convertido en el principal destino de comercio exterior. Los principales productos que comercializa China a nivel mundial son los siguientes:

China exporta generalmente maquinaria y equipo de transporte, textiles, hule, metales, animales, químicos y sus derivados, minerales, combustibles y lubricantes y alimentos e importa maquinaria, plásticos, textiles, caucho, metal, químicos, combustibles y alimentos.

Es el cuarto productor industrial a nivel mundial y el principal productor de carbón, cemento, refrigeradores, televisores y bicicletas, entre otros; después de Estados Unidos, Japón y Alemania. También es el mayor consumidor de acero inoxidable, minerales, particularmente hierro, cobre y fertilizantes (PROMEXICO, 2008).

#### **4.2.3. Medios de Transporte**

China es un país que se encuentra dividido en tres zonas: Norte, Sur y Este; por lo que es importante conocer los medios necesarios para hacer llegar el producto a los consumidores.

**Los Puertos:** Las instalaciones portuarias han mejorado durante los últimos años; existen 1,800 kilómetros de costa china donde tiene más de 200 puertos.

El puerto de Shanghai es el más grande de la parte continental de China y segundo puerto más transitado durante el 2007 después de Hong Kong. Otros puertos importantes por su actividad comercial y el volumen de la entrada de navieras internacionales, son: el Dalian en el noreste; el Tianjin y el Qingdao al norte; Guangzhou, Shenzhen y Xiamen en China meridional.

Durante primer semestre del 2007 el tráfico de contenedores creció un 24.1%. El Ministerio de Transporte estima que para el 2010 se movilicen 5 billones de toneladas.

Tras el crecimiento económico constante del país, la capacidad portuaria ha sido rápidamente absorbida. La flota naval esta dominada por China Ocean Shipping Co. (COSCO) y China Shipping Group (CSG).

**Aeropuertos:** En China existen 47 aeropuertos con servicio aduanero. Los aeropuertos internacionales como Beijing, Shanghai y Hong Kong destacan por que disponen de la infraestructura suficiente para el manejo de todo tipo de carga.

Los principales aeropuertos son: Guangzhou, Beijing, Shanghai, Hong Kong; Chengdu; Shenzhen y Xiamen. Estos aeropuertos tienen conexiones en Europa con las ciudades de Ámsterdam (Holanda), Frankfurt (Alemania), Londres (Reino Unido), París (Francia), Roma (Italia), Luxemburgo y Bélgica; y Estados Unidos en las ciudades de Nueva York, Dallas, San Francisco, Houston y los Ángeles, principalmente (Guía para exportar a China, 2006).

**Carreteras:** China cuenta con 3, 340,000 kilómetros de vía pavimentada, incrementándose el 188% respecto al trazado de 1995, lo que ha facilitado acceso por carretera hacia el interior del país. Las carreteras estatales están divididas en tres grupos: el primer grupo (1) forman parte de Beijing, el segundo grupo (2) incluye todas las carreteras estatales longitudinales y el tercer grupo (3) incluye a todas las carreteras estatales latitudinales.

**Ferrocarril:** Cuenta con 76,000 kilómetros de red ferroviaria. Existen distintos tipos de trenes desde el express, el más rápido, el de pasajeros y el más lento. En Beijing se localiza el centro es de las comunicaciones ferroviarias de China y la más moderna estación del país se encuentra en Shanghai.

### 4.3. Características del Mercado

#### 4.3.1. La Cultura China

China cuenta con una gran diversidad cultural; actualmente se reconoce de manera oficial la existencia de 56 grupos étnicos en China.

En la actualidad existe un grupo étnico conocido como los "*Chinos Han*", representan más del 95% de la población actual del país y ocupan tradicionalmente toda la zona central y sur del territorio; principalmente en los grandes núcleos urbanos. Las características que identifican a la cultura Han, es primordialmente la lengua china (chino mandarín).

A continuación se describirán las características importantes que identifican a la población china (Guía País: China 2004):

**La Armonía y el Orden.-** Los chinos siempre intentan y creen en mantener el equilibrio, ya que piensan que la competencia los llevara a una confrontación. Desconfían de los cambios, por eso ven las cosas desde una perspectiva amplia y a largo plazo. Lo cual los hace ser de actitud pasiva.

**El Grupo.-** Los chinos toman mayor importancia al grupo que a un individuo, evitan ser diferenciados y prefieren omitir hablar en primera persona. Su identidad la forman a partir de la formación de su grupo ya sea familia, empresa, etcétera. La individualidad es algo nuevo en la sociedad china; por que un chino no puede llevar a cabo algo, si no tiene la opinión o aceptación de su grupo.

**Las Relaciones Personales.-** Tener contacto con los chinos cara a cara es la táctica clave de las relaciones personales, ya que para ellos es muy importante conocer a la persona; si no existe el contacto directo es como si no existiera la persona. Las amistades se generan de manera lenta por que dan lugar a superar las diferencias y consolidar una amistad sólida.

Conocer a una nueva persona, es un acontecimiento muy significativo en comparación al occidente, por lo que el tener una nueva conexiones significara que podrá hacer o pedir favores a futuro, sin necesidad de llevar algo por escrito. Sin embargo, las relaciones personales en los negocios requieren de mayor tiempo para consolidarse.

**La Imagen.-** La imagen, reputación o prestigio de los chinos es muy importante, por eso no se deben de dar a conocer o ridiculizar los errores abiertamente que comete en su trabajo. Los chinos son muy sensibles ante la opinión de los demás.

Para evitar quedar mal un chino ante alguna otra persona prefiere ocultar información, evitar compromisos e incluso mentir. Un extranjero tiene que preguntar lo más concreto que se pueda, para que los chinos contesten de manera correcta, pues no les gusta admitir que no comprenden. El quedar mal con un chino puede traer grandes consecuencias como el perder relación total con la persona o empresa.

**La Ambigüedad.-** Existe cuando una palabra tiene dos o más significados; a los chinos no les gusta dar mala imagen, por lo que evitan mostrar que no entienden o no están preparados. Les molesta la negatividad, la franqueza y las preguntas directas, pues creen que son desagradables y una falta de educación.

**La Autoridad.-** El cargo de autoridad debe de estar muy claro, va de mano con la responsabilidad, por que así pueden saber de quien esperar decisiones o respuestas si se presentara un problema. Las personas con autoridad no deben admitir errores ni ignorancia pues causaría daño a su imagen. El aprender o aceptar ideas nuevas también puede perjudicar su imagen. Las personas mayores o con madurez obtienen el respeto y un estatus, que deja por debajo a los jóvenes. Los jóvenes obtienen el estatus a través de sus conexiones personales y su educación en institutos de prestigio.

### 4.3.2. Perspectivas del consumo de frutas

De acuerdo a la apertura internacional, el país ha atravesado, por cambios en aspectos económicos, sociales y culturales, así como hábitos de consumo. Las nuevas generaciones suelen ser más abiertas a productos novedosos, ahora si están dispuestos a conocer y probar nuevos productos provenientes de los distintos países. Los jóvenes y adultos chinos de clase media, entre 18 y 35 años son los que están dispuestos a este cambio, aun así rompiendo los hábitos de consumo de sus padres.

El consumo de productos extranjeros en general, ha estado aumentando en los últimos años, como se muestra en la siguiente figura:



Figura 9: Evolución de bienes de Consumo de China ([www.InterChinaConsulting.com](http://www.InterChinaConsulting.com))

Y de acuerdo a un estudio reciente realizado por Cap Gemini-Merril Lynch (Servicios de Consultoría, Tecnología, Outsourcing del mundo), durante el 2006, se contabilizaron más de 236 mil millonarios chinos, con potencial y oportunidades de compra de productos nuevos en su mercado (SANTOS, 2007).

Durante el 2007, el total de las ventas al por menor de bienes de consumo aumentaron un 16.8% respecto al año anterior. El índice de precios al consumidor aumentó en promedio el 4.6%, destacando el precio de los productos alimenticios, no alimenticios, de consumo y los servicios de extensión.

Durante la primera mitad del 2008 China registró un déficit de 5,780 millones de dólares en su comercio de bienes agrícolas, frente a un superávit de 2,450 millones de igual lapso del 2007, el valor de las importaciones subió 72% mientras el de las exportaciones avanzó un 12%.

Las principales importaciones agrícolas de China son los granos y los cereales, la soja, y los aceites comestibles.

Los chinos gastan el 38% de sus ingresos en alimentos y bebidas y consumen anualmente: 8, 500,000 toneladas de carne; 40, 000,000 toneladas de vegetales, 12, 609,000 toneladas de frutas y 2, 884,000 toneladas de bebidas.

En el caso de las frutas, los chinos consumen un promedio de 45.6Kg de fruta por año, con un incremento de aproximadamente del 12% anual, pero con eso aumento China va a llegar al consumo promedio mundial de 61.4kg per cápita, por lo que necesitará importar 20 millones de toneladas por año. El consumo

de la fruta, se utiliza en la comida fresca preparada, ensaladas aliñadas postres de combinados y preparados de frutas.

La producción de fruta en China ha venido creciendo a pasos agigantados, principalmente manzanas, cítricos, peras (variedades asiáticas), plátanos y uvas. Existe también un interés creciente en los berries y arándanos. Cuyas características en sabor son similares a nuestra fresa y zarzamora, por lo que se puede pensar que estos productos tendrán cabida en el consumo chino.

Durante muchos años la calidad de la fruta ha sido inferior a la importada. En cuanto a la fruta importada todavía es la primera opción de compra para los consumidores chinos, debido a su óptima calidad, apariencia y sabor. Durante el 2007, se generó un aumento sostenido en la demanda de productos importados, cuyo porcentaje se muestra a continuación (BCN, Asia Pacífico, 2008):

Plátanos: 23%

Longan 17%

Uva de mesa 14%

Cítricos 11%

Durian 11%

Melones y papayas 5%

Manzanas 5%

Las ciruelas, los duraznos y cerezas importadas ocupan un nicho muy pequeño.

China importa fruta principalmente de los siguientes países: Tailandia, Filipinas, Estados Unidos, Vietnam, Chile y Nueva Zelanda. Durante el 2006 Chile y Estados Unidos fueron los grandes proveedores de fruta fresca.



Muchos consumidores están dispuestos a pagar precios Premium, gozando con la alta calidad como es el caso de las manzanas de Washington, uvas de California y las famosas naranjas Sunkist de Estados Unidos.

#### **4.3.3. Canales de Distribución**

En la actualidad, las compañías extranjeras tienen amplias opciones para distribuir sus productos en el mercado; no es necesario contar con un mayorista local, ya existen distintas modalidades: operar por cuenta propia, con un operador logístico internacional o contratar un distribuidor local.

Los mercados mayoristas existentes en el país son entre 70,000 y 90,000. Los de mayor tamaño están situados en las provincias de Shandong, Zhejiang, Jiangsu, Cantón, Liaoning y Hebei.

En el 2006 el Ministerio de Comercio (MOFCOM) aprobó un plan centrado en el sector agrícola (Agricultural Produce Wholesale Market and Distribution Company Development Project) para consolidar el mercado mayorista agrícola, con la creación de cien centros mayoristas agrícolas modernos y otras cien compañías de distribución de productos agrícolas.

La venta minorista se ha transformado radicalmente, los establecimientos extranjeros acaparan a las principales ciudades chinas. Sin embargo, el mercado sigue dominado por una mayoría de tiendas individuales y familiares, lo que las empresas extranjeras deben tomar en cuenta si desean llegar a puntos interiores de China.

#### **4.3.4. Técnicas para promocionar los productos**

La publicidad es una técnica efectiva para dar a conocer un producto a los consumidores potenciales en China. Entre los canales disponibles para publicidad masiva se encuentran las publicaciones, la radio, la televisión y las vallas publicitarias. Ahora que China está en medio de una revolución del consumidor, productos extranjeros acompañados de un adecuado marketing, publicidad y técnicas de investigación, comienzan a jugar un papel muy importante para los consumidores chinos.

Las **Misiones Comerciales** se llevan a cabo anualmente; la mayoría de ellas son patrocinadas o co-patrocinadas por agencias del gobierno, sociedades de profesionales o el Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional. Los costos de participación en las exhibiciones son altos y muchas de ellas sólo tienen alcance para la audiencia local.

Las **Ferias Internacionales** son una importante herramienta del marketing y un medio de comunicación importante. Las ferias son una técnica de ayuda a la venta, las empresas presentan a todos los visitantes sus productos, su precio, su distribución y su publicidad.

#### **4.4. Tramitación de las importaciones de Alimentos**

La política del comercio exterior en China, antes del ingreso a la OMC eran llevadas por empresas o instituciones con autorización oficial. Pero ante la apertura comercial, ha estado en continua modificación en disposición aduanera y desgravación arancelaria.

La nueva Ley de Comercio Exterior entró en vigor el 1 de julio del 2004, la cual da las posibilidades a las personas físicas y morales a operar en el comercio exterior sin necesidad de tener la autorización de operadores, aunque se mantiene el requisito de registro.

En China se puede restringir la exportación e importación por seguridad nacional, escasez, interés público o moral, problemas sanitarios o por imponer cuotas arancelarias. En el 2004 se contempla por primera vez la protección a los derechos de la propiedad intelectual.

La Ley de Comercio Exterior también alienta a las empresas extranjeras a tener la libertad de importar, exportar y principalmente a distribuir y comercializar sus productos dentro de China.

#### **4.4.1. Regulación Sanitaria y de Inspección para la Importación de Alimentos**

Esta regulación varía dependiendo del origen y situación del producto; por lo que los exportadores o sus importadores necesitan consultar las restricciones a la importación de los alimentos.

El Departamento de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (AQSIQ, por sus siglas en inglés), es el que impone y levanta las restricciones según los cambios que en la práctica se impongan por restricciones diversos factores, no sólo sanitarios, sino también económicos y políticos.

Se puede realizar la consulta directamente al AQSIQ o a los organismos locales homologados, para ver las restricciones a las que el producto esta impuesto.

#### **4.4.2. Tarifas**

El Arancel de Aduanas chino se publica sólo una vez al año, al final de cada año y, por tanto, no recoge las novedades que se puedan haber producido durante el año en curso. Después de la entrada de China a la OMC, conforme a sus compromisos con cada uno de los estados miembros, el arancel de los alimentos se ha reducido; esto de acuerdo al tipo de alimento y el origen de el.

En el caso del Impuesto al Valor Agregado (IVA o VAT por sus siglas en inglés), se aplica tanto para las empresas extranjeras como las nacionales que realicen actividades de importación, exportación, producción, distribución o ventas al por menor. El pago general del IVA es de 17% para la mayoría de los productos importados; pero para algunos como los agrícolas, es el 13%.

En China se imponen impuestos sobre la mayor parte de sus importaciones Y estos se aplican sobre valor de aduana, en relación al precio de venta de las mercancías, incluyendo gastos de embalaje, fletes, seguros y otros costos hasta el puerto de destino.

#### **4.4.3. Regulación Anti-dumping**

El dumping es la práctica comercial que consiste en vender un producto al extranjero a un precio por debajo del que tiene en el mercado interior. A medida que las barreras arancelarias se van disminuyendo, China ha comenzado a tomar medidas de salvaguardia y de anti-dumping, para controlar el aumento de la importación de ciertos productos, para proteger al mercado doméstico.

No obstante, las empresas extranjeras no están conformes con la metodología que utilizan; pues los procedimientos de anti-dumping no son compatibles con

los acordados en la OMC (Por ejemplo los métodos para calcular los precios y daños causados).

#### **4.4. Estrategias para las negociaciones**

La dificultad para entender el idioma se utiliza como táctica negociadora, ya que en ocasiones se logran obtener malentendidos que los favorecen en la negociación, para evitar esto se debe contratar un traductor profesional y de confianza.

Es necesario tener claro las condiciones del contrato; especificar exactamente las condiciones de pago y normas del acuerdo, los parámetros de tiempo y poner atención cuidadosa a los detalles. Los contratos no tienen la misma fuerza que en el occidente. Por lo que el negociador extranjero debe establecer otros mecanismos que eviten riesgos:

1. El inversionista.- los procedimientos para devolver beneficios.
2. El vendedor.- los mecanismos de pago para asegurar el cobro.
3. El comprador.- los sistemas que garanticen la calidad y conformidad de productos adquiridos.

Los contratos se consideran como inicio de la relación y no dejarán renegociar y pedir mejoras en cada negocio que se realice aunque sea la misma empresa, persona, producto e idéntica cantidad.

Conocer al socio, es importante para verificar la veracidad de los datos de su socio o cliente por diferentes fuentes y no sea engañado. La mejor manera de pago es en dólares americanos y el uso de cartas de crédito.

Nada se debe dar por supuesto ni sobrentendido, las conclusiones y pactos se deben dar por escrito en los llamados MOUs (Memorandum Of Understandings).

Al redactar el contrato se debe de asegurar que el texto chino se transcriba correcto al idioma extranjero utilizado; habitualmente se solicita asistencia al acto de la firma, un representante de servicios diplomáticos del país de la empresa extranjera con la que se va a firmar dicho contrato.

Las negociaciones se realizan siempre en grupo. Por lo que no se debe acudir solo a China a una negociación. El directivo mayor es el que lleva a cabo la negociación, y los de menor rango no pueden interrumpir.

Los chinos estudian las operaciones a mayor profundidad, analizando las posibles alternativas. Saben distinguir solo lo fundamental. También la preparación técnica de los ejecutivos chinos es muy elevada. Además, acostumbran a conocer la oferta internacional del producto sobre el que se negocia.

El margen de negociación es muy amplio. La paciencia, la constancia y la orientación al largo plazo son virtudes esenciales para tener éxito en China.

En negociaciones de precio, los argumentos más utilizados son el tamaño de su mercado y la oferta de otras empresas competidoras. Lo más habitual es que se negocie con varias de ellas.

Cuando se aproxime un acuerdo, el equipo negociador, pedirá una concesión, se recomienda evitar negociar concesiones excesivas de precios para cerrar el pedido, ya que luego pedirán que se mantengan. Lo mejor es negociar con varias alternativas de precios y proponer diferentes operaciones.

Para no dar explicaciones suelen dar respuestas breves. Las tres más usadas son: nos es conveniente, lo estudiaremos, estamos en ello. Ante estas respuestas lo preferible es no pedir explicaciones, ni insistir.

Las decisiones se toman por consenso. Si bien los interlocutores no pueden decidir; pero si pueden retrasar, dificultar e incluso vetar el negocio. Por eso se debe de evitar enfrentamientos entre miembros del equipo.

El fracaso en una negociación no tiene un significado negativo como en las sociedades occidentales. Siempre hay que dejar la puerta para posibles negocios futuros.

## **CAPITULO 5**

# **RELACIONES ENTRE MÉXICO Y CHINA**



## 5.1. Relaciones diplomáticas

Las relaciones diplomáticas entre México y la República Popular de China iniciaron a partir de 1973, durante el gobierno de Luís Echeverría Álvarez (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2008).

En la actualidad la relación bilateral se ha incrementado de manera importante, por el interés de los gobiernos, para apoyar un acercamiento entre las naciones en desarrollo para que estos tengan mayor participación en asuntos mundiales.

Esta relación se caracteriza por el alto nivel del diálogo político y una tendencia a su institucionalización. El ex Presidente Vicente Fox y el Primer Ministro Wen Jiabao, mediante declaración hecha en diciembre de 2003 en la ciudad de México, anunciaron la decisión de constituir una asociación estratégica para impulsar las relaciones bilaterales en todos los ámbitos.

Se estableció en agosto de 2004 en Beijing “La Comisión Binacional Permanente México-China” propuesta por el gobierno mexicano. La Comisión Binacional México-China es el mecanismo bilateral de consulta y negociación de alto nivel con el mandato de promover y fortalecer las relaciones bilaterales desde una perspectiva integral y de largo plazo en el marco de la Asociación Estratégica entre los dos países.

Las principales funciones de esta Comisión consisten en definir líneas generales de la cooperación bilateral y fomentar, coordinar y dar seguimiento a su desarrollo en los ámbitos político, económico, científico, técnico, cultural y educativo.

La segunda reunión de esta Comisión, se llevó a cabo en la Ciudad de México

en mayo de 2006 y la tercera reunión de la Comisión Binacional México-China la cual se llevó durante 2008 en la ciudad de Beijing.

El efecto de la de la Comisión Binacional México-China ha sido desplegado, por que más Secretarías de Estado en México y más Ministerios en China han generado interés de que se formen grupos de trabajo que les permitan mantener un diálogo institucional con sus contrapartes.

## **5.2. Relaciones de Colaboración**

La colaboración entre ambos países a nivel internacional, es para el desarrollo y especialmente en la cooperación técnica, tecnológica y científica, ya que es uno de los componentes esenciales de la política exterior de México y, por tanto, de la cooperación con la República Popular China.

En agosto del 2004, se realizó la primera reunión donde ambas partes compartieron ideas sobre las políticas, prioridades y estrategias para el desarrollo de la ciencia y la tecnología; así como el balance de la cooperación bilateral en la materia; y la identificación de áreas prioritarias de colaboración para el período 2005-2006.

En esta reunión se acordó un Programa de Acción Conjunta para el período 2006-2010, en los campos de nanotecnología, biotecnología, tecnologías de la información e informática, protección del medio ambiente, agricultura y salud pública, entre otros. Se pidió promoción de los intercambios académicos y de información entre instituciones de ambos países.

Como resultado de estas reuniones, en los últimos meses se han

incrementado las visitas de las oficinas de Ciencia y Tecnología de diversas provincias chinas y los encuentros intergubernamentales de otras dependencias, entre los que destacan las visitas mutuas entre el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) y el Ministerio del Trabajo y Seguridad Social de China; entre el Ministerio de Recursos Hidráulicos de China y la Comisión Nacional del Agua y entre el Grupo Líder del Consejo de Estado para el Combate a la Pobreza y el Desarrollo y la Secretaría de Desarrollo Social.

### **5.3. Relaciones culturales y educativas**

Con el establecimiento de las relaciones diplomáticas entre México y la República Popular de China en 1973, se abrieron también relaciones culturales y educativas entre los países.

Mediante el Convenio Cultural firmado en 1978, entre México y China se han efectuado numerosas iniciativas de cooperación en relación a las artes escénicas, las artes visuales, la arquitectura, la arqueología, la protección del patrimonio histórico, el cine, la radio, la televisión, la literatura y la industria editorial, el deporte y el intercambio juvenil. Se han duplicado y consolidado las iniciativas artísticas y culturales de carácter independiente, y el diálogo abierto entre las comunidades artísticas e intelectuales de ambos países.

- i) Arqueología
- ii) Artes plásticas
- iii) Artes escénicas
- iv) Literatura
- v) Televisión

México fue el principal centro de aceptación de estudiantes chinos del ámbito

iberoamericano durante las décadas de los setentas y ochentas, este liderazgo de México se redujo impresionantemente durante la década de los noventa, después de que se suspendió el programa de formación de expertos chinos en el Colegio de México, pero se ha ido recuperando progresivamente en la última década; por lo tanto a partir de la convocatoria de 2005-2006 acerca de la ampliación recíproca de programa bilateral de becas, pasando de 12 a 30 el número de becas ofrecidas por ambos gobiernos.

Este acuerdo de ampliación fortaleció las relaciones políticas bilaterales, siendo una medida que encamina la formación de recursos humanos especializados para aumentar los canales de cooperación y acercamiento entre México y China en los próximos años.

Por lo que aumentó notablemente el número de estudiantes mexicanos que aprenden en China, tanto por cuenta propia como incluyendo los becarios. Así como existió un aumento del estudio del chino en México, en las principales universidades de México.

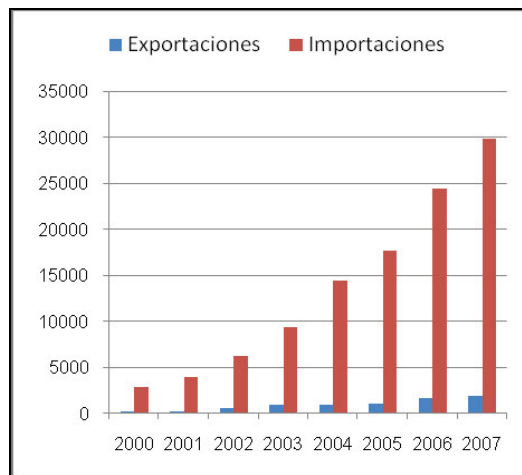
Específicamente el Instituto Tecnológico de Monterrey, ha desplegado una actividad intensa en China, durante junio del 2004 se llevo a cabo la inauguración de una oficina permanente de representación en Beijing, Shanghai y Hangzhou, y contactos con más de diez universidades chinas.

#### **5.4. Relaciones Comerciales**

El comercio entre México y China ha aumentado un 926% entre el 2000 al 2007, pasando de 3,083 millones de dólares a 31,639 millones de dólares.

Convirtiendo a China como el segundo socio comercial de México a escala mundial siendo, el segundo como abastecedor.

La siguiente figura muestra la evolución del comercio entre México-China, entre el 2000 y 2007; donde observamos claramente que importamos más de lo que exportamos:



**Figura 10:** Comercio Bilateral México- China en millones de dólares, con datos del Banco de México (<http://www.bancomext.com>)

Durante el 2006, China fue el destino del 0.7% de nuestras exportaciones, pero fue nuestra segunda fuente de importaciones con 9.5% del total. La siguiente tabla representa la balanza comercial del 2001-2006 entre ambas naciones de acuerdo con las estadísticas de cada país:

**Balanza comercial de México con China (Millones de USD)**

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Exportaciones	384.86	653.91	974.37	986.31	1,135.55	1,688.11
Importaciones	4,027.25	6,274.38	9,400.59	14,373.84	17,696.34	24,443.61
Balanza comercial	-3,642.39	-5,620.46	-8,426.22	-13,387.53	-16,560.79	-22,750.17

Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México

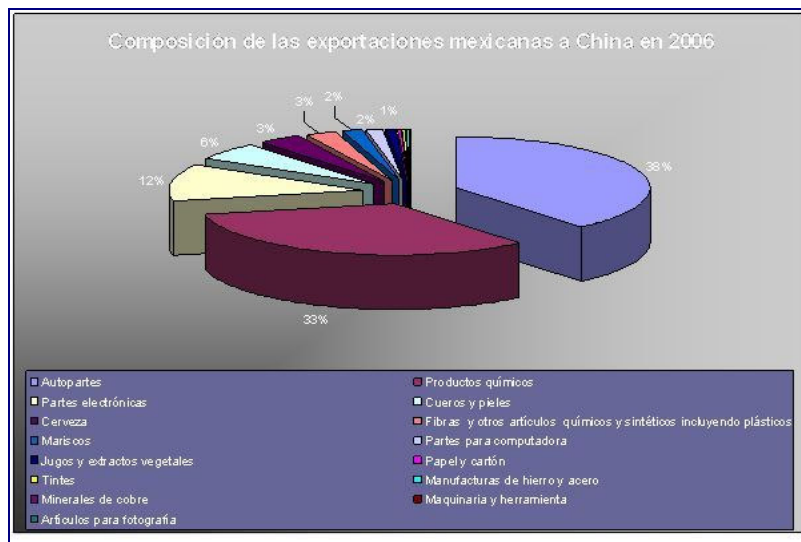
**Tabla 8:** Balanza Comercial de México-China 2001 al 2006 (<http://www.bancomext.com>)

Como se observa en la tabla, México registra un déficit comercial en relación con China, por el intercambio de bienes intermedios e insumos de las industrias electrónica, eléctrica e informática, durante el 2006 se representaron el 73 % de las importaciones mexicanas. Nos podemos dar cuenta que existe una diferencia radical pues importamos más de lo que exportamos a dicho país.

Las exportaciones mexicanas a China durante el 2006 estuvieron especialmente por dos grandes grupos de artículos: el primero por bienes intermedios como auto partes, productos químicos, fibras sintéticas, plásticos y otros artículos similares, cueros y pieles, partes para computadora y partes electrónicas y el otro de bienes de consumo como, cerveza, mariscos, jugos y extractos vegetales, papel y cartón.

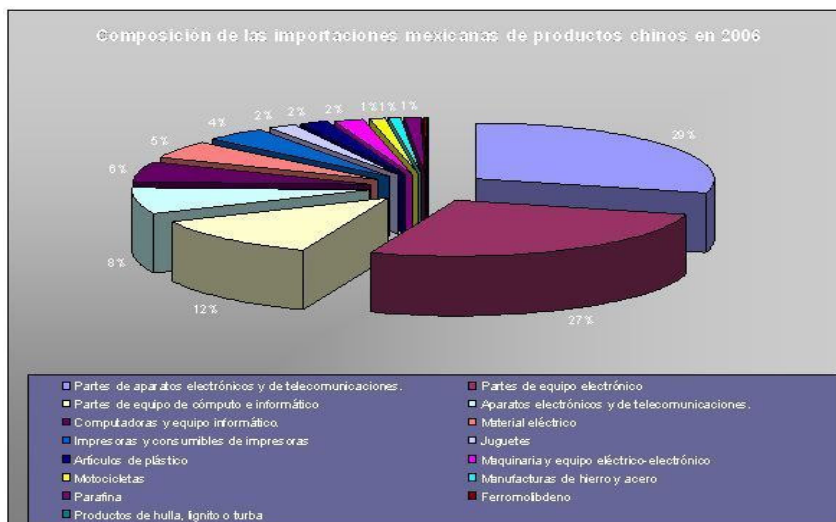
De las importaciones mexicanas de productos chinos en 2006, EL 93% correspondió a partes y aparatos de las industrias electrónica, eléctrica, e informática y dentro de ellos, las mayores proporciones corresponden a las partes e insumos que son maquilados para ser reexportados a terceros países, principalmente Estados Unidos. Como por ejemplo los juguetes, artículos de plástico, maquinaria y equipo eléctrico-electrónico y motocicletas.

La siguiente figura muestra la composición de las exportaciones mexicanas a China en el 2006 del período enero-noviembre, en base a información otorgada por la Secretaría de Economía:



**Figura 11:** Exportaciones mexicanas a China en 2006  
<http://portal.sre.gob.mx/china/index.php?option=displaypage&Itemid=88&op=page&SubMenu>

Y de acuerdo con la misma fuente, las importaciones mexicanas de productos chinos fueron los siguientes que muestra la figura 12:



**Figura 12:** Importaciones mexicanas de productos chinos en 2006  
<http://portal.sre.gob.mx/china/index.php?option=displaypage&Itemid=88&op=page&SubMenu>

## 5.5. Acuerdos y Convenios comerciales

Desde el inicio de las relaciones entre México y China, se han generado acuerdos y convenios para fortalecer dichas relaciones; como a continuación se muestran:

- Convenio Comercial (1973).
- Convenio de Cooperación para Facilitar el Tráfico Marítimo (1985).
- Convenio de Cooperación en Materia Agropecuaria (1996).
- Convenio sobre el Mantenimiento del Consulado General de México en la Región de Administración Especial de Hong Kong (1996).
- Convenio sobre la Implementación del Proyecto de Desarrollo Integral de la Agricultura Moderna en México (1997).
- Acuerdo de Cooperación Técnica entre la Secretaría de la Reforma Agraria y el Ministerio de Tierras y Recursos de la República Popular China (octubre de 2002).
- Acuerdo de Cooperación entre el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial de México y la Oficina Estatal de la Propiedad Intelectual de China (2003).
- Memorando de Entendimiento para el Establecimiento de la Comisión Binacional Permanente entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular China (2004).
- Memorando de Entendimiento en Materia de Cooperación en Medidas Sanitarias entre AQSIQ y SAGARPA (2005).
- Protocolo de Requerimientos Fitosanitarios para la Exportación de Aguacate Mexicano a China (2005)
- Protocolo de Requerimientos Fitosanitarios para la Importación de Manzana China a México (2005).



- Acuerdo de Cooperación Fitosanitaria entre Ministerio de Agricultura de China y SAGARPA (2005).
- Protocolo de requerimientos fitosanitarios para la exportación de uva mexicana a China (2005).
- Protocolo de requerimientos fitosanitarios para la exportación de pera china a México (2005).
- Acuerdo para Evitar la Doble Imposición y Prevenir la Evasión Fiscal en Materia de Impuesto sobre la Renta (2005).
- Acuerdo sobre Transporte Marítimo (2005).
- Acuerdo Marco para el Otorgamiento de Líneas de Crédito Recíprocas entre el Banco Nacional de Comercio Exterior y el Eximbank de China (2005).
- Convenio sobre Transporte Aéreo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular China (2005).
- Memorando de Entendimiento sobre la Cooperación en los Campos de Transporte Terrestre Carretero, Marítimo y de Aguas Interiores y Construcción de Infraestructura Relacionada (2006).
- Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular China para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (suscrito el 11/julio/2008).
- Protocolo entre SAGARPA y AQSIQ para Exportar e Importar Carne de Cerdo entre México y China (suscrito el 11/julio/2008).
- Acta de la Tercera Reunión de la Comisión Binacional Permanente entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular China (suscrito el 11/julio/2008).
- Constitución del Grupo de Trabajo de Inspección y Cuarentena de la Subcomisión de Comercio y Economía bajo la Comisión Binacional Permanente México-China (suscrito el 11/julio/2008).

## 5.6. México y China en la APEC

La APEC (Asia Pacific Economic Cooperation), es un mecanismo de cooperación en la región Asia-Pacífico que promueve la facilitación y liberalización del comercio y la inversión, así como la cooperación económica y técnica. Se estableció en 1989 para mejorar el crecimiento económico fortalecer la comunidad de la región.

Actualmente se conforma por 21 miembros: Australia, Brunei, Canadá, Chile, China, Hong Kong, Indonesia, Japón, Corea, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papua Nueva Guinea, Perú, Filipinas, Rusia, Singapur, Taipei, Tailandia, Estados Unidos y Vietnam.

El total de los miembros de la APEC constituye a una población de 2.6 millones de habitantes, y representan el 57% del PIB mundial, y el 45.8% del comercio mundial. México y China forman parte de la APEC y a través de ella han logrado expandir sus mercados, así como la atracción de inversiones entre ellos y los otros miembros de la organización.

Durante la XV Reunión de la APEC celebrada en Australia el 7 de septiembre de 2007, se firmó un protocolo sobre el uso formal de la Tarjeta para Personas de Negocios de APEC. La tarjeta ABTC (*Business Travel Card*) es una tarjeta que permitirá a las personas de negocios entrar a las economías de APEC (que son parte del esquema y hayan autorizado su ingreso) presentado únicamente esta tarjeta y su pasaporte, sin necesidad de obtener un visado en el país de origen (Secretaría de economía, 2008).

## 5.7. Productos mexicanos beneficiados

Con el ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio, México resulto favorecido pues China estuvo obligada a dar trato preferencial para 266 productos mexicanos en un periodo gradual del 2002 al 2006.

Entre los productos mexicanos favorecidos están: carne fresca o congelada de res, de pollo, de pavo, de pato, de ganso, camarón, pescado, verduras, frutas tropicales, café, cerveza, tequila, cemento, productos químicos y petroquímicos, productos farmacéuticos, fertilizantes, textiles, vidrio, acero, televisores, refrigeradores, autopartes, vehículos, automóviles, etc.

En el caso de la importación de los productos agrícolas, China acordó reducir los aranceles del 18.9% hasta el 15%.

Por otra parte, México empleó medidas antidumping en un periodo de 6 años sobre 1300 productos chinos hasta el 2008; los cuales no podrán ser llevadas ante un panel de solución de controversias, las industrias a las que se aplicara son la textil, el calzado y los juguetes.

A partir del 2008 no se eliminará las cuotas, solo se podrán llevar al panel de controversias las cuotas que China considere violaciones de los compromisos que tiene México ante la OMC.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Michoacán es uno de los estados más importantes del país, en relación a su aportación de productos agrícolas, lo que lo ha llevado a ocupar el segundo lugar a nivel nacional en esta actividad, (como se mostró en el segundo capítulo). Cuenta con una gran variedad de productos, siendo la producción de la fruta la más importante por su comercialización a nivel nacional e internacional.

Durante el 2007, Michoacán fue el mayor productor del aguacate cubriendo el 91.73% de la producción nacional. También tiene otros productos importantes, como es la fresa (que generó \$549,660.26 del valor de la producción), el mango (que generó \$313,652.50 del valor de la producción) y la zarzamora (que generó \$854,999.30 del valor de la producción); estos productos también tienen una gran demanda en distintos países.

El aguacate y el mango deben cumplir con las Normas Oficiales Mexicanas (NOMs) establecidas, para poder comercializarse tanto nacional como internacionalmente. En el caso de la fresa y zarzamora, están exentas a dichas normas.

Además de aplicar las normas establecidas en México, deberá cumplir con lo que se acuerde en el Plan de Trabajo que el país importador determine para cada producto en específico. Por ejemplo en el Plan de Trabajo para exportar el Aguacate a China se especifica que las áreas productivas tienen que estar certificadas y cumplir con la Norma Oficial Mexicana a la que el aguacate está sometido; por otra parte, se exige que está libre de la plaga de la mosca de la fruta, aunque el aguacate no esté sometido a esta exigencia.

Algunos organismos que ayudan a los productores a fortalecer la producción y comercio de sus productos son la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), PROMEXICO, y el Banco Nacional de Comercio Exterior SNC (BANCOMEXT).

BANCOMEXT y PROMÉXICO son los organismos que fundamentalmente orientan y apoyan a los exportadores en las negociaciones, diseño, y búsqueda de mercados.

Es un hecho que al conocer los programas que manejan estos organismos y con una buena orientación en relación a los requerimientos de exportación, será más fácil el acceso al mercado de China.

Las relaciones que existen entre México y China, ayudan a tener un mayor conocimiento de su cultura, costumbres y acuerdos comerciales vigentes, con lo que se facilitarán las negociaciones futuras

Para los productos agrícolas existe un acuerdo que data del 2005 para la colaboración en el área de sanidad entre el Departamento de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (AQSIQ) y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

Desgraciadamente, algunos productores, ya sea por falta de o mala experiencia en el mercado internacional, y después de la entrada del Tratado de Libre Comercio de América de Norte entre Estados Unidos y Canadá (TLCAN), han limitado la comercialización de sus productos a un solo mercado.

Como se observó en el segundo capítulo, las exportaciones que el aguacate (185,057.940 toneladas), la fresa (4,018.158 toneladas) y la zarzamora (2,919.261 toneladas) se han dirigido a Estados Unidos; el mango no se exportó a este mercado durante el 2007.

Como anteriormente se mencionó, existe un plan para comercializar el aguacate a China, sin embargo las exportaciones aún son bajas. En lo que respecta a la fresa, el mango y la zarzamora de Michoacán; no se exportan actualmente.

Creemos que es necesario replantear estrategias en el mercado de China, para tener un mejor conocimiento de la demanda real del aguacate, así como las probabilidades del consumo de la fresa, mango y zarzamora. Para aplicar una mejor campaña para la promoción que resalte las propiedades del fruto y oriente a mejorar el consumo.

PROMÉXICO, puede ser un factor importante, pues se encuentra en las principales ciudades urbanas de China, lo que puede ayudar a través de los estudios realizados a conocer las regulaciones en el comercio, las costumbres y los hábitos de consumo de la población China. También mediante sus Ferias o Misiones Comerciales, se pueden promocionar los productos michoacanos.

El consumo de la fruta es parte importante de la alimentación de la población de China, dichos productos se pueden utilizar en ensaladas, comida fresca, postres y jugos en ese país, por lo que podrían incluirse el mango, la fresa y la zarzamora.

Por otra parte, en ese país, los hábitos de consumo están cambiando, se ha aumentado el consumo de productos extranjeros y recientemente se registró un déficit en la balanza de bienes agrícolas; lo significa que tiene que buscar nuevos mercados para satisfacer su demanda. Esta situación debemos considerarla como una oportunidad para los productos michoacanos.

Actualmente ciudades como Beijing, Shanghai, Shenzhen y Guangzhou que son zonas urbanas que tienen un buen nivel económico pueden adquirir una fruta de alta calidad.

También es importante observar que países americanos como Estados Unidos y Chile son grandes proveedores para China, por lo que será necesario buscar estrategias para que los productos michoacanos puedan competir ventajosamente.

Con esta investigación se dan las alternativas de ciertos productos como el aguacate, la fresa, el mango y la zarzamora, para comercializarse en el mercado chino de acuerdo a la demanda que gozan y el volumen de producción en Michoacán. También se analizó las regulaciones mexicanas en general, para que los productores las conozcan y las cumplan.

Será necesario continuar una investigación que profundice más la exploración del mercado chino, para introducir la fresa, el mango y la zarzamora; así como para incrementar volumen de exportación de Aguacate en el mercado de China.

## REFERENCIAS

ACEVEDO, Víctor A. (2001) *Distribución del ingreso y bienestar social de Michoacán*, Profesor e Investigador del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo, Morelia, Michoacán.

AGUIRRE Ochoa Marx (2007, diciembre) “Informe Mundial 2008: Agricultura para el desarrollo”, *El Cambio de Michoacán*, Sección Economía.

*Almanaque Mundial 2009* (2008), México, Ed. Televisa S.A. de CV. 55 ed., pp. 341-343.

BANCOMEXT (2007), *Guía Básica del Exportador*, México, Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., 12 ed., pp. varias.

CASTRO Claudia (2007, julio) *Michoacán, ventajas competitivas que invitan a invertir*, *El economista*, Sección Economía.

*Diario Oficial de la Federación* (2007, diciembre), Reglas de Operación de los programas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

*Guía País: China* (2008), elaborado por Oficina Económica y Comercial de España en Pekin.

*Guía País: China* (2004), elaborado por Oficina Económica y Comercial de España en Pekin.



*Guía para exportar a China* (2006), elaborado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, PROEXPORT, Colombia.

*Ley de Comercio Exterior y su Reglamento* (2007), art.15, México, Ed. Delma.

*Ley Aduanera y su Reglamento correlacionada* (2007), art.36, México, Ed. Isef.

MÉNDEZ Morales, José Silvestre (1994), *Problemas económicos de México*, México, Ed. Mc Graw Hill, 4 ed., pp.85 -123

ROLDAN Eduardo (2003), *Relaciones económicas de OMC, China, México, EU, Taiwán y UE*, México, Ed. AMEDI, Asociación Mexicana de Estudios Internacionales.

SANTOS Baltadano Carlos (2007), *Oportunidades de Negocios en China*, México: BANCOMEXT (25/09/07).

Secretaría de Economía y Centro de Capital Intelectual y Competitividad (2007), *Michoacán Competitivo, Programa Regional de Competitividad Sistemática* "Sector agropecuario y agroindustrial", Vol. 2, pp. 995-1023.

ZORRILLA, Santiago y MÉNDEZ Silvestre (1994), *Diccionario de Economía*, México, Ed. Limusa-Noriega, 2 ed., p.5.

ZORRILLA, Santiago y MÉNDEZ Silvestre, op.cit., p.14

[www.sagarpa.gob.mx/dlg/michoacan/](http://www.sagarpa.gob.mx/dlg/michoacan/) (14/02/08)

[www.sagarpa.gob.mx/dlg/michoacan/agricultura/fomento/cultivos](http://www.sagarpa.gob.mx/dlg/michoacan/agricultura/fomento/cultivos) (14/02/08)

[www.cnnexpansion.com/actualidad/2008/10/16/](http://www.cnnexpansion.com/actualidad/2008/10/16/) (16/10/08)

[www.itesm.mx/va/deptos/ci/articulos/](http://www.itesm.mx/va/deptos/ci/articulos/) (20/02/08)

[www.infoserca.gob.mx/mexbest/indexpromoagro.html](http://www.infoserca.gob.mx/mexbest/indexpromoagro.html) (20/02/08)

[www.michoacan.gob.mx/](http://www.michoacan.gob.mx/) (11/06/08)

[www.aguacate.gob.mx/index.php?portal/=aguacate](http://www.aguacate.gob.mx/index.php?portal/=aguacate) (2005), "Plan rector sistema nacional aguacate validado en la reunión nacional del comité nacional del sistema producto aguacate", Uruapan, Michoacán. (11/09/08)

[www.mango.gob.mx/index.php?portal/=mango](http://www.mango.gob.mx/index.php?portal/=mango) (2005), "Plan Rector Sistema Nacional Mango, Segunda fase: Diagnóstico inicial base de referencia estructura estratégica" documento validado por el comité sistema producto mango, Acapulco, Guerrero. (11/09/08)

[www.promexico.gob.mx/wb2/wb/prueba1/directoriogeneral](http://www.promexico.gob.mx/wb2/wb/prueba1/directoriogeneral) (06/08/08)

[www.wto.org/spanish/news\\_s/news08\\_s/antidumping\\_april08\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/news_s/news08_s/antidumping_april08_s.htm)  
(12/10/08)

[www.economia.gob.mx/pics/p/p1799/CE\\_d10\\_f2.pdf](http://www.economia.gob.mx/pics/p/p1799/CE_d10_f2.pdf) (04/11/08)

[www.bancomext.com/Bancomext/publicasecciones/secciones/](http://www.bancomext.com/Bancomext/publicasecciones/secciones/) (11/07/08)

[www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp](http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp) (24/10/08)

[www.china.org.cn/e-changshi/index.htm](http://www.china.org.cn/e-changshi/index.htm)(16/08/08)

[www.stats.gov.cn/english/index.htm](http://www.stats.gov.cn/english/index.htm) (24/10/08)

[www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/SemExpChina\\_OportNegocChina\\_CSB.pdf](http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/SemExpChina_OportNegocChina_CSB.pdf). (25/09/08)

[www.cnnexpansion.com/actualidad/2008/08/21/china-es-importador-neto-de-alimentos/](http://www.cnnexpansion.com/actualidad/2008/08/21/china-es-importador-neto-de-alimentos/) (21/08/08)

[www.siap.gob.mx/ventanal.php?url=http://w6.siap.gob.mx/comercio/inicia\\_producto.php](http://www.siap.gob.mx/ventanal.php?url=http://w6.siap.gob.mx/comercio/inicia_producto.php) (18/12/08)

[www.aserca.gob.mx/secsa/estudios/frambu.pdf](http://www.aserca.gob.mx/secsa/estudios/frambu.pdf) (18/12/08)

<http://asiapacifico.bcn.cl/columnas/mercado-chino-fruta> (20/11/08)

<http://cuentame.inegi.gob.mx/Economia/default.aspx?tema=E> (04/03/08)

<http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar>(12/02/08)

<http://portal.sre.gob.mx/china/> (28/08/08)

<http://senasicaw.senasica.sagarpa.gob.mx/portal/html/portal/> (28/08/08)

<http://spanish.mofcom.gov.cn/aarticle/estadistica/imyexport/> (15/11/08)

# ANEXOS

## Anexo 1.- Oficinas de PROMÉXICO en Michoacán y en China

En Michoacán, las oficinas se encuentran en la siguiente dirección:

Av. Camelinas 3311, P.B.  
Fracc. Las Américas  
Morelia, Michoacán, 58270  
Teléfonos: (443) 3233466 / 3233463  
Extensión: 82903  
Ana Patricia Mendivil García  
Subdirectora de Promoción  
amendivil@economia.gob.mx /  
[achiquito@economia.gob.mx](mailto:achiquito@economia.gob.mx)

También actualmente existen tres oficinas en las principales ciudades de la República popular de China, como se muestra a continuación:

Información de:	Oficina
Beijing, Hebei, Shangdon, Tianjin	Oficina de Negocios de PROMEXICO en Beijing, 5 Sanlitun Dongwujie 100600 Beijing, China Teléfonos (00) (8610) 6532 64 68, Fax: 6532 64 68
Delta del Río Perla, Guangdong, Hong Kong	Oficina de Negocios de PROMÉXICO en Hong Kong, Suite 1207 Central Plaza, 18 Harbour Road Wanchai, Hong Kong Teléfonos (00) 852-3746-9978, Fax: 3746-9969 Representante de Negocios L. Horacio Reyes Hernández ( <a href="mailto:horacio.reyes@promexico.gob.mx">horacio.reyes@promexico.gob.mx</a> )
Anhui, Yang-Tze, Jiansu, Shanghai, Zhejiang	Oficina de Negocios de PROMEXICO en Shanghai, 1376 Nanjing Xi Lu Suite 438, Shanghai Centre Shanghai, China, 200040 Teléfonos (00) (8621) 6279 7942, Fax: 6279 7892 Representante de Negocios Luis Arturo Vieyra Buenfil ( <a href="mailto:luis.vieyra@promexico.gob.mx">luis.vieyra@promexico.gob.mx</a> )

## **Anexo 2.- Ejemplo del Aguacate: NOM-066-FITO-2002**

La NOM-066-FITO-2002, publicada por el Diario Oficial de la Federación el 18 de mayo del 2005, tiene por objeto establecer los requisitos y especificaciones para el manejo fitosanitario y movilización de frutos del aguacate (*Persea* spp.). Con objeto de preservar zonas libres de plagas, controlar zonas bajo control fitosanitario en las que es necesario aplicar medidas fitosanitarias que permitan la protección de las zonas libres. Por que el aguacate puede obtener presencia de plagas tales como: barrenadores del hueso y barrenador de las ramas.

## **Anexo 3.- Ejemplo del Mango: NOM-023-FITO-1995 y NOM-075-FITO-1997**

El Mango y otros frutos pueden estar sujetos a esta plaga y es necesario el cumplimiento de estas dos normas.

La NOM-023-FITO-1995 publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de febrero de 1999, tiene por objeto establecer los requisitos y especificaciones fitosanitarias para la operación de la Campaña Nacional contra Moscas de la Fruta (Insectos del orden Díptera, familia Tephritidae) en las áreas de producción inscritas, a efecto de reconocer huertos temporalmente libres, zonas de baja prevalencia y zonas libres de la especie.

La NOM-075-FITO-1997 publicado en el Diario Oficial de la Federación el 16 de marzo de 1998, tiene por objeto establecer los procedimientos y requisitos fitosanitarios para la movilización de frutos frescos, hospederos de moscas de

la fruta, a efecto de prevenir la dispersión de esta plaga hacia las zonas libres y de baja prevalencia.

#### **Anexo 4.- Resumen del Plan de Trabajo para la Exportación de Aguacate de México a China**

El plan de trabajo que se muestra de manera sintetizado a continuación es negociado entre la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de La República Popular de China (AQSIQ).

Los dos organismos abordan los puntos necesarios para exportar de manera segura el aguacate de México a China. En síntesis se acordó lo siguiente, con la última actualización del 10 de diciembre de 2007.

El aguacate debe cumplir las leyes fitosanitarias y regulaciones relevantes de China y deberá estar libre de plagas de interés cuarentenario para China; como es la plaga de barredores en el fruto del aguacate. También debe cumplir con La Norma Oficial Mexicana: NOM-066-FITO-2002, sobre las especificaciones del manejo fitosanitario y transporte del aguacate.

El aguacate debe ser de la variedad *Hass* y producido en el estado de Michoacán de México; y debe ser originario de los huertos certificados dentro de los municipios oficialmente reconocidos y aprobados por la SAGARPA y la AQSIQ.

Las áreas de producción del aguacate son libres de la mosca del mediterráneo, sin embargo la AQSIQ requiere que la SAGARPA tendrá que mantener en operación el Monitoreo y Trampeo para detectar y erradicar cualquier brote de esta plaga y medidas de control de esta plaga de acuerdo al Programa Mexicano para Mosca de la fruta.

La SAGARPA supervisara el empaçado, almacenamiento y transporte mediante la inspección cuarentenaria del manejo integrado de plagas.

El aguacate deberá de ser cosechado antes de la maduración, para la empacadora; y esta debe tomar las medidas para prevenir infección de plagas.

La SAGARPA al traslado a las empacadoras deberá de muestrear y cortar 300 frutos por cargamento de 18 toneladas para detectar la plaga de barredores.

Las empacadoras deberán de lavar y cepillar, separar y clasificar, los aguacates para asegurar que están libres de insectos, frutos podridos, hojas, ramas, raíces y suelo; y deberán de estar equipada para prevenir la reinfestación de plagas.

El material para empacar debe ser limpio y nuevo. El aguacate seleccionado deberá de almacenarse en una cámara de forma separada para evitar reinfestación de plagas.



El empaque debe de estar marcado en ingles con los siguientes datos: lugar de producción, huerto y su número de registro, empacadora y su número de registro, cada pallet contendrá la leyenda de *“Exported People’s Republic of China”*.

SAGARPA emitirá un Certificado Fitosanitario para el aguacate como el cumplimiento de la inspección cuarentenaria del 2% del muestreo, certificado que cumple con los requerimientos de cuarentena chinos que se acordaron en este protocolo, el certificado indicara el lugar de producción y la empacadora.

Los productos entrarán por los de Dalian, Tianjin, Beijing, Shanghai, Qingdao y Nanjin. Si el importador o exportador quieren solicitar otros puertos de entrada deben de tener la autorización de la SAGARPA y la AQSIQ.

Una vez que el aguacate arribe al puerto de entrada, la AQSIQ verificará los documentos y las marcas de las cajas y se llevara acabo la inspección sanitarias correspondiente, mostrando 30 frutos por contenedor para determinar si el fruto esta infectado o no de plagas.

Si se detectan aguacates originarios de áreas de producción, huertos o empacadoras no autorizadas, no se permitirá el ingreso.

Si se detecta algún tipo de plaga se retornara o destruirá y la AQSIQ le notificara inmediatamente a SAGARPA y la importación será suspendida temporalmente hasta llevar a cabo las investigaciones.

Al iniciar el Programa, la AQSIQ enviara ha México, expertos en cuarentena para llevar a cabo la verificación en conjunto con la SAGARPA, para revisar las condiciones fitosanitarias en áreas de producción, huertos, empacadoras, instalaciones de almacenamiento y el sistema de monitoreo contra las posibles plagas.

AQSIQ verificará el inicio del programa basado en documentos oficiales proporcionados por SAGARPA, además del reporte de los chinos expertos. Y también los viáticos serán pagados por México a través de al SAGARPA.

El funcionamiento y operación de este protocolo será evaluado por la SAGARPA y AQSIQ al final del primer año de exportación y puede ser modificado por acuerdo mutuo.