

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“PROYECTO DE EXPORTACION DE JUGO CONCENTRADO DE NARANJA”

Autor: Isaura Carrillo Rosas

Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciado en Comercio Internacional

Nombre del asesor:
Mtra. Deyanira Eunice Castellón Rivera

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.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL

TITULO:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE JUGO CONCENTRADO DE NARANJA

T E S I N A

Para obtener el título de:
**LICENCIADO EN COMERCIO
INTERNACIONAL**

Presenta:

ISAURA CARRILLO ROSAS

ASESOR DE TESINA:

MTRA. DEYANIRA EUNICE CASTELLÓN RIVERA

CLAVE 16PSU0011T

ACUERDO No. LIC 091108



LÁZARO CÁRDENAS, MICH., DICIEMBRE 2020

NDICE

INTRODUCCIÓN.....	v
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	viii
JUSTIFICACIÓN	ix
OBJETIVOS.....	x
CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL	11
1.1 ANTECEDENTES GENERALES	11
1.2 CARACTERISTICAS DE LA NARANJA.....	14
1.3 USOS.....	15
1.4 CULTIVO Y PRODUCCIÓN	16
1.4.1 Cultivo	17
1.4.2 Producción del jugo de naranja	18
1.5 PLAGAS Y ENFERMEDADES.....	19
1.5.1 Plagas	19
1.6 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL CONCENTRADO DE NARANJA	25
1.7 CONTROL DE CALIDAD	26
CAPÍTULO 2. MARCO TEORICO	30
2.1 MARCO LEGAL JURÍDICO.....	30
2.1.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	31
2.1.2 Ley Aduanera	31
2.1.3 Ley de Comercio Exterior	32
2.1.4 Tratado de Libre Comercio México- Japón acuerdo	33
2.1.5 Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación.	34
2.2 PROCEDIMIENTO ADUANERO	35
2.2.1 Registro Federal de Contribuyentes.....	35
2.2.2 Pedimento	36
2.2.3 Conocimiento de embarque o Bill of lading.	37
2.2.4 Lista de empaque o Packing List.....	37
2.2.5 Factura Comercial	38
2.2.6 Contrato	38
2.2.7 Permiso Fitosanitario.....	38
2.2.8 Normas de Calidad.....	39
2.2.9 Incoterms	40
2.2.10 Carta Encomienda.....	40
2.3 ENVASE Y EMBALAJE.....	41
2.4 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.	42
CAPITULO 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.	43
3.1 MERCADO META JAPÓN	43
3.2 LOGÍSTICA.	44

3.3 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	45
3.3.1 Micro localización.	46
3.3.2 Macro localización.	46
3.4 OFERTA Y DEMANDA.....	47
3.5 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	48
3.5.1 Misión.	49
3.5.2. Visión.	49
3.5.3. Valores.	49
3.5.4 Objetivo General.....	50
3.5.5 Objetivos Específicos	51
3.5.6 Políticas Internas.	52
3.5.7 Organigrama de la Empresa.....	52
3.5.8 Logotipo	53
3.6 ANÁLISIS FODA INTERNO Y EXTERNO	54
CAPITULO 4. ANÁLISIS FINANCIERO.....	55
4.1 INVERSIÓN INICIAL.....	55
4.1.1 Permisos.	56
4.1.2 Inversión fija.....	58
4.1.3 Aportación de socios.	58
4.2 ANÁLISIS DE COSTOS.	59
4.2.1 Costos Fijos.	59
4.2.2 Costos Variables.	60
4.2.3 Costos de Exportación.	60
4.3 PRECIO DEL PRODUCTO Y PUNTO DE EQUILIBRIO	61
4.3.1 Precio de venta.....	62
4.3.2 Punto de equilibrio.....	62
4.4 BALANCE GENERAL	63
4.5 ANALISIS DE RESULTADOS	64
CONCLUSIONES.....	65
BIBLIOGRAFÍA	68
ANEXOS	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de naranjo.....	14
Figura 2. Naranjas	15
Figura 3. Ácaros en cítrico	20
Figura 4. Mosca blanca	20
Figura 5. Piojo rojo de california	21

Figura 6. Colonia de pulgones parasitada.....	21
Figura 7. Pezothrips kellyanus.....	22
Figura 8. Aguado o podredumbre marrón.....	23
Figura 9. Gomosis del naranjo.....	23
Figura 10. Antracnosis.....	24
Figura 11. Virus de la tristeza de los cítricos.....	24
Figura 12. Proceso de producción del jugo de naranja concentrado.....	26
Figura 13. Envase.....	41
Figura 14. Embalaje.....	42
Figura 15. Embalaje.....	42
Figura 16. Localización geográfica.....	46
Figura 17. Macro localización.....	47
Figura 18. Organigrama de la empresa.....	53
Figura 19. Logotipo.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación arancelaria del jugo de naranja.....	42
Tabla 2. Análisis FODA.....	54
Tabla 3. Permisos.....	57
Tabla 4. Desglose de inversión fija.....	58
Tabla 5. Costos fijos.....	59
Tabla 6. Costos variables.....	60
Tabla 7. Costos de exportación.....	61
Tabla 8. Total de todos los gastos. Costos fijos, costos variables y costos de exportación.....	61
Tabla 9. Utilidad antes de impuestos.....	63
Tabla 10. Recuperación.....	64

INTRODUCCIÓN

El comercio es una actividad que ha estado presente desde los antepasados, su crecimiento fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en el mundo. La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado a nivel mundial un profundo significado que ha permitido llegar a la era donde se ha podido globalizar el comercio internacional y así atravesar fronteras a nivel mundial.

Este trabajo surge de la investigación que se realizó al país de Japón y darse cuenta que el jugo Congelado Concentrado de Naranja es un producto que tiene una alta demanda en este país, ya que es un producto que es rico por sus altos contenidos nutrimentales como lo es la Vitamina C, así como Fosforo, Calcio, Magnesio, Potasio; que son sustancias muy importantes para mantener el organismo en buen estado y llevar una dieta balanceada. Por ello la empresa *JUGO CONCENTRADO* eligió exportar ya que México es un país productor de naranja, considerado uno de los principales productores mundiales.

El país a exportar será Japón ya que es un comprador neto de jugo de naranja, la empresa *JUGO CONCENTRADO* comenzará a exportar a la capital de este país que es Tokio y así se extenderá el mercado en el país para abastecer a las empresas importadoras. Este tendrá un alcance muy amplio ya que es un producto muy consumible en las personas del país de Japón, por su amplio valor nutritivo. Gracias a que la empresa se ubica en uno de los principales puertos del país el cual otorga una gran ventaja comercial y de conectividad con el continente Asiático, que ubica al Puerto de Lázaro Cárdenas como una plataforma al Comercio Internacional.

La empresa *JUGO CONCENTRADO* desarrollará e implementará un proyecto de exportación de jugo concentrado de naranja para poder incursionar como un producto de buena calidad, para que sea altamente comercial en el mercado internacional, ya que es utilizado para el consumo propio por sus altas propiedades y beneficios para la salud, así mismo aumentará la competitividad del producto en

Japón, además otorgará el precio de exportación más viable y accesible para el producto en el mercado.

Los antecedentes generales de Jugo Congelado Concentrado de Naranja se explican en el primer capítulo ya que la empresa *JUGO CONCENTRADO* determinó que es de suma importancia conocer de donde proviene el jugo de naranja. En este capítulo se muestra el origen, sus características esenciales, propiedades, tipos de naranjas que existen, su cultivo y producción, las plagas y enfermedades que pueden atacar a la planta y los frutos, aquí se detallan cada uno de los aspectos importantes que todo comercializador debe conocer al exportar productos agrícolas.

El procedimiento aduanero se explica en el segundo capítulo, donde se mencionan los fundamentos para realizar un proyecto de exportación, aquí se detallan los procedimientos aduaneros que se tienen que seguir para poder exportar, los documentos necesarios que permitirán realizar el despacho de la mercancía de manera correcta, siguiendo las normas y leyes a las cuales se les obliga a los exportadores cumplir, contratando los servicios de un Agente Aduanal, persona indicada para realizar el proceso de despacho.

A este procedimiento se le conoce como el conjunto de formalidades que deben cumplir las mercancías que ingresan al territorio aduanero de un país o salen de él, a fin de asegurar el cumplimiento de la legislación correspondiente. Estas formalidades imponen obligaciones a la persona relacionada con las mercancías. Esas obligaciones consisten en la presentación de las mercancías y del medio de transporte ante la Aduana, junto con una declaración relativa a las mercancías y los documentos de respaldo solicitados, además de la constitución de una garantía cuando corresponda, y el pago de derechos e impuestos eventualmente exigibles.

En el tercer capítulo se presenta la descripción general de la empresa, como lo son sus antecedentes históricos, quienes son sus socios y su ubicación en la ciudad de Lázaro Cárdenas; se muestra su situación actual, los objetivos que quiere alcanzar como empresa comercializadora en el mercado internacional de Jugo

Congelado Concentrado de Naranja; sus políticas ya que en ellas se ve reflejada la personalidad que tiene la empresa *JUGO CONCENTRADO*, así como sus valores organizacionales que rigen el comportamiento de todos sus empleados.

En el cuarto capítulo de este proyecto de exportación se explica el análisis financiero de la empresa comercializadora, a través de una serie de estudios de mercados económicos y financieros se obtuvieron los gastos que se generarían mensual y anualmente lo cual permite determinar los costos que generarán las actividades que realice la empresa. Se determinó el precio de venta al cual se lanzará el producto al mercado, así mismo el punto de equilibrio para verificar que el proyecto sea viable, y así hacer la verificación de la recuperación del capital inicial aportada por cada uno de los socios de la empresa.

Al terminar la investigación se llegó a conclusiones muy importantes, y la principal es conocer a profundidad el proceso para realizar una exportación. También al final del documento se encuentran las fuentes bibliográficas que dan fundamento al sustento teórico de esta investigación, en la cual se consultaron libros, manuales, páginas de internet del gobierno, entre otros documentos. Por último se puede consultar los anexos que contienen formatos de los documentos para exportación como: BL, pedimento, factura que establece la Ley Aduanera y la Ley de Comercio Exterior.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El jugo de naranja se extrae del fruto de un árbol llamado naranja. Las naranjas son esféricas de alrededor 8 centímetros de diámetro y de color naranja. Poseen una cascara gruesa y en su interior están segmentados en gajos, tiene un alto contenido de Vitamina C, y aceites esenciales. México cuenta con 3,000 hectáreas productivas de cítricos en los estados de Veracruz, San Luis Potosí y Sinaloa, el cual procesa aproximadamente 50,000 toneladas de naranja al año. Estados Unidos fue el principal comprador de jugo de naranja mexicano en el año 2009 al adquirir el 71.7 % de las exportaciones nacionales. Otros consumidores importantes de jugo de naranja producido en México fueron los Países Bajos (12.3 %), Japón (3.7 %), Alemania (2.4 %) y Venezuela (2.1%).

El jugo de naranja que es el más importante a nivel mundial y su valor nutritivo radica en su alto contenido de Vitamina C, por ello México es un exportador neto de jugo de naranja, gracias a ser uno de los principales productores mundiales, así como Brasil, Unión Europea y Sudáfrica, el líder en la exportación de jugo de naranja fue Brasil con el 86.4 % de los 1.5 millones de toneladas exportadas en el ciclo 2008, donde México queda en el quinto lugar.

Japón es uno de los consumidores con más alto poder adquisitivo del mundo así como uno de los países que importa jugo 100 % natural el cual contiene un alto potencial de Vitamina C, así como fosforo, calcio, magnesio, potasio; que son sustancias muy importantes para mantener el organismo en buen estado ya que cuenta con un alto potencial para prevenir cáncer de estómago. Este planteamiento lleva a la pregunta de investigación: ¿Será factible y rentable exportar jugo concentrado de naranja hacia Tokio Japón?

JUSTIFICACIÓN

México es un exportador neto de concentrado de jugo de naranja, gracias a ser uno de los principales productores mundiales de esta fruta, ya que en los últimos años el saldo positivo de la balanza se ha incrementado a más del doble, lo que muestra la importancia de este producto Mexicano en el extranjero, así que se considera será un proyecto que alcanzara buenos resultados en el mercado exterior.

Se eligió exportar concentrado de Jugo de Naranja ya que tiene un alto valor nutritivo para la salud de las personas, cuenta con Vitamina C, calcio, fosforo, hierro, magnesio, potasio. Se exportara a Japón ya que es uno de los principales consumidores con más alto poder adquisitivo del mundo el cual ayudara a importar jugos de naranja.

El país a exportar será Japón ya que es uno de los compradores de jugo producidos en México, aunque su consumo es de (3.7 %) se tratara de extender el mercado en el país para así abastecer a las empresas importadoras. Este tendrá un alcance muy amplio ya que es un producto muy consumible en las personas del país de Japón, por su amplio valor nutritivo. Se ubica en uno de los principales puertos del país el cual otorga una gran ventaja comercial y conectividad con el continente Asiático, el cual ubica al Puerto de Lázaro Cárdenas como una plataforma al Comercio Internacional.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un proyecto de exportación de jugo concentrado de naranja para poder incursionar en el mercado japonés con un producto de buena calidad, para que sea altamente comercial en el mercado internacional, ya que es utilizado para el consumo propio de sus altas propiedades y beneficios para la salud.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer el proceso de producción del jugo concentrado de naranja, sus características, propiedades, aportes nutrimentales y control de calidad.
2. Identificar las leyes y reglas, así como los documentos para cumplir con el procedimiento aduanero y realizar una exportación correcta.
3. Definir el proceso logístico más conveniente para facilitar el proceso de exportación del producto y contar con el medio adecuado para llevar a cabo la comercialización del producto.
4. Analizar la demanda nacional e internacional del producto para determinar la aceptación que tendrá en el mercado Japonés y aumentar la competitividad.
5. Realizar un análisis financiero para otorgar el precio de exportación más viable para el producto y determinar su rentabilidad.

CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL

En este capítulo se habla los antecedentes del jugo de naranja ya que es importante conocer de donde proviene este, además se muestra el origen de la fruta, sus características esenciales, propiedades, tipos de naranjas que existen, su cultivo y producción; las plagas y enfermedades que pueden atacar a la planta y los frutos. Además se detallan cada uno de los aspectos importantes que todo comercializador debe conocer al exportar productos agrícolas, especialmente tratándose de cítricos como la naranja.

1.1 ANTECEDENTES GENERALES

La naranja es la fruta cítrica obtenida del naranjo y verdaderamente se trata de un hesperidio, es decir, de una baya modificada obtenida a través de cítricos, en la cual la cáscara se ha tornado más gruesa y endurecida. En el caso de la naranja su pulpa está formada generalmente por 11 gajos llenos de jugo, los cuáles aportan importantes nutrientes y fitonutrientes, como la vitamina C, aceites esenciales y flavonoides.

Principalmente se distinguen dos variedades de naranjo y de frutos, el naranjo dulce (*Citrus x sinensis*) y el naranjo amargo (*Citrus x aurantium*), no obstante, puede encontrarse otras naranjas de muy diversas variedades originarias de la India, Vietnam o sureste de China, aunque la mayoría de estas variedades son mezclas surgidas a raíz de tres especies principales. En la actualidad se trata de una fruta ampliamente distribuida que se caracteriza por su gran poder energético, por lo tanto no debe extrañar que el zumo de naranja esté presente en gran cantidad de desayunos ya que ayuda a iniciar la jornada con la suficiente vitalidad (Lopez, 2017).

El nombre de la naranja también tiene un origen y un desarrollo hasta su evolución, que pasa por diversas lenguas, culturas y contextos y cuya trayectoria puede resumirse de forma esquemática: La palabra naranja proviene del vocablo sánscrito *narang*, aunque se cree que esa palabra no es propia de la lengua

sánscrita sino que fue tomada de las lenguas drávidas, un conjunto de 26 lenguas que se hablan principalmente en el sur de India y Celián. En las lenguas drávidas se utilizaba la palabra *narandam* para hacer referencia a la naranja amarga y *naragukam* para hacer referencia a la naranja dulce. Ambas palabras provienen del término *nari*, que significa fragancia.

El origen de la naranja es incierto, si bien ciertos autores lo localizan en China y Japón. En España el naranjo fue difundido por los árabes. En cuanto al origen del naranjo amargo existen distintas opiniones entre los expertos. Algunos autores afirman que el naranjo amargo pasó de Libia a Europa, otros, que los árabes lo trajeron de la India en el siglo X y lo aclimataron a todos los países, otros autores que en 1150 adornaba los jardines de Sicilia. Según otro autor el naranjo amargo procede de las regiones orientales de las Indias. La primera descripción del naranjo amargo que se conoce es la de Alberto Magno.

En cuanto a la procedencia del naranjo dulce, también es poco clara para muchos. Unos dicen que pasó de Arabia a Grecia, desde Grecia a Italia, a España, a Francia, a Portugal, hacia el resto del mundo. Para otros parece claro que el naranjo dulce es oriundo de China meridional, Birmania y regiones de la India al sur del Himalaya. Fueron los árabes quienes difundieron los agrios por España, propagándolos por jardines, parques y calles, utilizando sus flores en muchas celebraciones religiosas.

Los dos principales países productores son Brasil y Estados Unidos, dedicando la producción casi exclusivamente a la industria del zumo o jugo. La naranja es un fruto muy popular que proviene del naranjo dulce (*Citrus sinensis*), originario de Asia Oriental pero que está ampliamente distribuido en el mundo. Este último es un árbol perteneciente a la familia de las Rutáceas, en la que se incluyen más de 1600 especies. El género botánico *Citrus* es el más representativo de toda la familia y tiene unas 20 especies comestibles (Lopez, 2017).

Las principales entidades productoras de naranja en México, son Veracruz, que aporta el 44 por ciento del volumen nacional; Tamaulipas, con el 14 por ciento, y San Luis Potosí, con 8 por ciento, estados que conjuntan el 67 por ciento del total cosechado en el país. La naranja también se produce en los estados de Nuevo León, Puebla, Yucatán, Sonora, Tabasco, Hidalgo y Oaxaca. El valor de la producción de naranja en México se estima en más de seis mil millones de pesos, con un consumo anual per cápita de 37 kilogramos y aporta el 22 por ciento del volumen de frutas que son producidas en esta nación.

Los meses de mayor disponibilidad de naranja son de noviembre a abril, con un pico de producción entre los meses de febrero a abril. Durante el año 2015 se produjeron más de cuatro millones de toneladas de naranja, superior al promedio de los últimos 10 años. En lo que se refiere a comercio exterior, las exportaciones de naranja en 2015 totalizaron más de 17 millones de dólares, con un volumen superior a las 49 mil toneladas, las cuales fueron comercializadas en Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Japón, entre otras naciones. Además, se explora abrir mercados potenciales en Alemania, Rusia, Francia, Arabia Saudita y Hong Kong.

Se pronostica que la producción de naranja en la campaña comercial durante el 2020-2021 se recuperará parcialmente después de que la sequía diezmará la cosecha del año pasado en casi un 40 por ciento. Los efectos residuales en la salud del suelo y las bajas inversiones de los productores en la rehabilitación de huertos prohibirán la recuperación total de la producción. Es probable que la falta de apoyo gubernamental para la recuperación de la sequía, los insumos de producción y la mitigación de plagas impida un crecimiento significativo del sector en los próximos años.

Si bien se pronostica un consumo de naranja más alto que la campaña anterior, se pronostica por debajo de los niveles promedio debido a los efectos en curso de las medidas sanitarias de COVID-19. El sector hotelero, restaurantero e institucional (HRI) en México se ha visto muy afectado por la pandemia con restricciones de capacidad aún vigentes y se han producido cierres permanentes

importantes. Como resultado, se espera que se envíe un mayor porcentaje de fruta a la industria de procesamiento (Ariel & Elms, 2021).

La naranja es la fruta cítrica más plantada en México, y el estado de Veracruz representa 50 por ciento del área total plantada. Su alta elevación, suelo rico en nutrientes y alta humedad lo hacen ideal para la producción de cítricos. Otros estados productores importantes incluyen Tamaulipas, Nuevo León, Puebla y Sonora, los cuales se espera que tengan una producción más alta que el año anterior debido al buen clima durante la temporada de crecimiento. Los rendimientos nacionales para la campaña de comercialización 2020/21 se pronosticaron en 13,3 toneladas métricas por hectárea (TM / ha). Los rendimientos difieren, dependiendo ampliamente de la región de producción debido al clima, la frecuencia de aplicación de fertilizantes y pesticidas, densidad de árboles y calidad del suelo.

1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA NARANJA

El naranjo es un árbol siempre verde que posee una copa redondeada y frondosa. Alcanza los 10 metros de altura en condiciones naturales, pero en plantaciones comerciales se mantiene entre los 3 y 7 metros de altura. El tronco del naranjo es recto y su corteza lisa, de color grisáceo. Sus tallos tienen espinas, las hojas tienen consistencia coriácea, son elípticas, de punta aguda, su pecíolo tiene estrechas alas y en el haz presentan color verde brillante.



Figura 1. Árbol de naranjo.

Tienen un diámetro de 6 a 10 centímetros, las naranjas son de los frutos de menor tamaño. Su peso está entre 150 gramos hasta los 200 gramos sin piel. Las flores del naranjo se encuentran solitarias o agrupadas en las axilas, son de color blanco, unos dos centímetros de diámetro y tienen un perfume intenso, presentan cinco pétalos y estambres numerosos (Polanco Zambrano, 2017).



Figura 2. Naranjas

1.3 USOS

La naranja posee diferentes sustancias que aportan beneficios y contribuyen a tener un organismo saludable. La más destacada es el contenido de calcio que es un gran aliado para el desarrollo de los huesos de los niños. El fósforo presente en este cítrico ayuda en casos de estrés y depresión, problemas de nerviosismo y en caso de producirse alguna intoxicación. La naranja es uno de los frutos más populares en México ya que es el mejor lugar para cultivar las naranjas. Todos saben que las naranjas se pueden comer, hacer zumos, miel, mermelada, entre otros más productos. No obstante, más allá de su pulpa, se puede utilizar la cáscara de naranja para cocinar, ornamentación, ambientadores, entre otros.

En la cocina, desde épocas antiguas esta conocida fruta tiene muchos usos culinarios, siendo la principal protagonista de famosos postres, salsas, licores y platos exquisitos en la cocina de todo el mundo. Aporta aroma, color y un sabor irremplazable a cada receta. Cada región y país tiene sus propias formas de cocinar deliciosos platos que llevan naranjas como budín de naranjas, pato a la naranja,

pastel ruso de merengue con naranja, mermeladas, crepes, además de su enorme aporte al mundo de la coctelería.

En la cosmética, además se usa para la preparación de cosméticos como cremas, lociones, champús, aceites esenciales para masajes, jabones, perfumes y aromatizantes. Desde su cáscara hasta sus gajos no tiene desperdicio alguno, todo aporta interesantes beneficios. Un masaje con aceite de naranjas aporta firmeza a la piel y ayuda a la formación de colágeno, a su vez la limpia y la tonifica dejando un agradable aroma en el cuerpo.

En el hogar, usar aromatizante de naranja en los ambientadores de la casa o trabajo, brindará alivio en caso de resfriados. Se puede también usar para limpiar azulejos del baño y la cocina. Además se puede eliminar la cal de los grifos de acero inoxidable, frotándolos directamente con una cáscara de naranja, los mantendrá limpios y brillantes.

En la piel, el aceite que posee la cáscara de naranja es un excelente regenerador de tejidos y ayuda a cicatrizar heridas. En casos de dermatitis, desinfecta la piel y la mantiene hidratada. La cáscara se puede usar como un exfoliante natural, frotándola sobre la piel húmeda libera sus aceites esenciales eliminando células muertas y desinfectando la piel.

En el medio ambiente, las cáscaras de la naranja son un elemento que puede utilizarse para beneficiar el medio ambiente. El uso de las cáscaras de la naranja se emplea para la creación de abonos que favorezcan un cultivo ecológico de los alimentos. Evitar fertilizantes y/o productos químicos repercutirá de forma positiva sobre el medio ambiente y la contaminación (Sanchez Heredia, 2018).

1.4 CULTIVO Y PRODUCCIÓN

Es importante que se conozca cual es el proceso que se tiene que seguir para el cultivo y la producción de la naranja, ya que se exportará el jugo concentrado de ésta y se necesita conocer su temperatura, precipitación, cual es el suelo donde se

deben de cultivar, cual es la herramienta que se debe utilizar para su proceso de extracción, así cuando llegue la hora de su exportación y comercialización evitar una pérdida en el producto, por no dar seguimiento al proceso de producción.

1.4.1 Cultivo

Su temperatura para el cultivo no debe ser baja, ya que afectaría el desarrollo del cultivo, es decir 13 °C y 30 °C, la más óptima es de 23 °C; con una temperatura menor a 8 °C, produce obstrucción de la planta y con una mayor a 36 °C, deteriora el fruto, temperaturas de 0 °C- 12 °C, determina la coloración verde del fruto debido al equilibrio de acidez y azúcares. La temperatura interviene en el ritmo de las floraciones y el crecimiento, los árboles en invierno se mantienen latentes y crecen y florecen en el transcurso del verano. Su altura es superior a los 500 msnm. Su precipitación es de 1200- 1500 mm/año bien distribuidos durante el año, son suficientes para cubrir las necesidades del cultivo, en aquellas zonas donde prevalece la sequía, el riego es indispensable para que el cultivo se desarrolle sin ningún problema (Pineda, 2018).

Las naranjas son cultivos permanentes que empiezan a retribuir lo invertido en el transcurso de los años cuando inicia la producción de frutos. Si no se selecciona un adecuado terreno y tiene un buen manejo la plantación sus efectos se verán con el pasar de los años. La naranja se desarrolla bien en terrenos de textura arcillosa, pesados con buen drenaje, profundos para que las raíces se anclen bien y puedan extraer las cantidades de nutrientes y aguas necesaria para su desarrollo, mientras más delgado sea el suelo menor será el desarrollo de los arboles; con un PH de 5, 5-7, con abundante materia orgánica, este cultivo es susceptible al exceso de cal y cloruro de sódico.

Los naranjos prefieren suelos de textura ligera a media, con buen drenaje y sin agua estancada. Las naranjas no crecen bien en el suelo donde había antes otro campo de cítricos. Esto se atribuye a la acumulación en el suelo, con el tiempo, de algunas sustancias tóxicas y/o la presencia de algunos patógenos particulares (a

menudo *Thielaviopsis basicola* y *Tylenchulus semipenetrans*). Un lugar adecuado para formar el campo de naranjas es normalmente una posición cuesta abajo, lo que resulta en una superficie plana, donde las corrientes frías pueden escapar libremente.

La erosión del suelo en tal ubicación se evita principalmente mediante la instalación de áreas de pasto retenido en un nivel bajo entre las hileras de árboles que plantan. En suelos con alta inclinación, es mejor crear terrazas. Se logra una producción satisfactoria en suelos con pH 5.5 (levemente ácido) a pH 6.5, pero el árbol puede tolerar un pH de 4.5 a 8. La naranja es un cultivo sensible a las sales. Por lo tanto, si el agua contiene una gran cantidad de sales, el crecimiento y la productividad de los árboles pueden ser limitados (Wikifarmer.com, 2017).

1.4.2 Producción del jugo de naranja

Las variedades comerciales de naranjas y otros cítricos que se producen a escala mundial, con características de dulzor semejantes a las variedades exportadas, sin embargo, las mismas son destinadas únicamente para la producción de jugos. Es importante señalar que la variedad de naranja bajo estudio presenta un periodo de floración acelerada, contemplado entre 70 y 98 días. A través de este trabajo se logra generar nuevos esquemas tecnológicos o alternativas de producción de concentrado de jugo de naranja.

Las naranjas se cargan en remolques y entregado a la planta de procesamiento. No maduran después de la cosecha y el proceso de deterioro comienza tan pronto como se separan del árbol. El fruto es objeto de dumping de los remolques en los transportadores donde se lleva a cabo a través de un proceso de lavado. Las naranjas no aceptables para el procesamiento se separan y se desvían a ser utilizado para subproductos.

El proceso de obtención del concentrado comienza con un lavado de la naranja, con cloro y agua para minimizar la contaminación microbiológica del

producto. Posteriormente se realiza un pelado para eliminar la corteza y facilitar la extracción del jugo. Después de la extracción del zumo, la corriente de zumo pulposo pasa a través de un clasificador, cuando se quitan la pulpa y las semillas, y junto con la cascara, desviado a ser utilizado para subproductos.

En esta etapa, el jugo se convierte en una de las dos formas de producto: a granel de jugo de naranja concentrado y congelado. Entonces, las pruebas de contenido de jugo y sólidos, la unidad de pago para los productores, después de que las naranjas son desviados a los contenedores de almacenamiento, etiquetados de acuerdo a las especificaciones de jugo representados por cada prueba de carga de la fruta.

1.5 PLAGAS Y ENFERMEDADES

Se debe conocer y estar al tanto de las plagas y enfermedades que les pueden dar a la cosecha del naranjo, para saber que al momento que su proveedor entregue el producto venga libre de plagas y enfermedades que puedan dañarlo, para así poder exportar y comercializar un producto libre de plagas y enfermedades al extranjero y que sea reconocido por su calidad.

1.5.1 Plagas

En este apartado se presenta una descripción de cada una de las plagas. Además también se adjuntan fotografías para una mayor detección del problema que pueda tenerse. Si a pesar del abonado correcto del naranjo, se ve afectado por una plaga, esta información es importante para analizar e identificar las principales plagas del naranjo de mayor repercusión agronómica. Entre las principales plagas están: Ácaros, Mosca blanca (*Aleurothrixus floccosus*), Piojo rojo de california (*Aonidiella aurantii*), Pulgones, Trips (*Pezothrips kellyanus*), Aguado o podredumbre marrón, Gomosis del naranjo, Antracnosis (*Gloeosporium limetticolum* Claus). Aquí se describen algunas.

Ácaros: Presentan un tamaño muy reducido, en torno a 0,3 – 0,6 mm. Se pueden dividir en dos tipos, araña roja (*Tetranychus urticae*) y ácaro rojo (*Panonychus citri*). *Araña roja*: Se dispone en el envés de las hojas, tomando ésta un color amarillento y una formación cóncava. *Ácaro rojo*: las picaduras de éste ácaro tornan la hoja de color mate, provocando los mayores daños al finalizar el verano y comenzar el otoño.



Figura 3. Ácaros en cítrico

Mosca Blanca (Aleurothrixus Floccosus). El adulto de la mosca blanca crea una melaza que puede cubrir por completo la hoja (envés), propiciando el desarrollo de la enfermedad de la negrilla. Además esta melaza debilita la formación de brotes y atrae a nuevas plagas del naranjo, como cochinillas y ácaros, además de algunas enfermedades. Una forma de descubrir la mosca blanca entre las plagas del naranjo se basa en observar la circulación de hormigas (atraídas por la melaza) subiendo por el tronco hasta las hojas.



Figura 4. Mosca blanca

Piojo Rojo de California (Aonidiella Aurantii). El piojo rojo presenta un caparazón duro, de color rojo. Es de gran importancia entre las plagas del naranjo, presentando preferencia por el fruto. Los daños más severos se presentan sobre los frutos. Si se encuentra en el tejido, éste presenta manchas cloróticas, amarilleando y finalmente cayendo al suelo.



Figura 5. Piojo rojo de california

Pulgones Presentan distintas especies de pulgones para el caso del naranjo, (*Toxoptera aurantii*, *Aphis spiraecola*, *Aphis gossypi* y *Myzus persicae*). Los daños se producen al succionar la savia del material vegetal, provocando un enrollamiento progresivo de las hojas. Produce una gran cantidad de melaza, pudiendo originar el desarrollo de enfermedades como “negrilla”.



Figura 6. Colonia de pulgones parasitada

Trips (pezothrips kellyanus. Los daños en el naranjo se observan en el fruto en desarrollo, alrededor del cáliz. A parte de los daños en la parte superior también se observan daños en partes laterales (Vargas Garcia, 2015).



Figura 7. *Pezothrips kellyanus*.

1.5.2 Enfermedades del naranjo

Los cítricos son uno de los cultivos de mayor importancia a nivel mundial, ya que se produce en 140 países. Una de las limitantes para su producción son las enfermedades, representan daños considerables en las huertas y debido a esto disminuyen la producción y provocan pérdidas millonarias en el sector cítrico. Las principales enfermedades son: aguado o podredumbre marrón *phytophthora* spp., *gomosis del naranjo*, *antracnosis (gloeosporium limeticolum Claus)* y virus de la tristeza de los cítricos (vtc) (Sáenz Pérez, y otros, 2019).

Aguado o Podredumbre Marrón, esta enfermedad está originada por varias especies de hongos del género *Phytophthora* sp (*Phytophthora nicotiane* var. *Parasítica* y *Phytophthora citrophthora*). Provocan daños directos en las raíces, con exudados de goma y formación de chancros en la base del tronco. El naranjo comienza a debilitarse, iniciándose una defoliación después de la coloración típica del nervio central a tonos amarillentos.



Figura 8. Aguado o podredumbre marrón.

Gomosis del naranjo. Exudado de goma en el tronco típico de gomosis, sobre el tronco, en la parte inferior, aparece una mancha oscura en forma de triángulo. La enfermedad se origina en la raíz del naranjo y se extiende a lo largo del tronco, provocando agrietamientos sobre él. Los síntomas generales del árbol son un debilitamiento completo y un decaimiento de hojas, que se tornan amarillas. En estado avanzado de la enfermedad, tronco, ramas y en ocasiones frutos exudan gomosis. De ahí el nombre de la enfermedad.



Figura 9. Gomosis del naranjo

Antracnosis (Gloeosporium Limeticolum Claus). Esta enfermedad se desarrolla sobre las hojas y frutos del naranjo. Produce una mancha de color marrón con bordes muy bien definidos. En algunos casos también se puede observar exudaciones gomosas sobre ramas jóvenes. El avance de la enfermedad prosigue con la defoliación del naranjo, observándose además sobre el fruto pudriciones de color pardo.



Figura 10. Antracnosis

Virus de la tristeza de los cítricos (VTC), es una de las enfermedades virales en cítricos de mayor importancia económica en el mundo. En la década de los 30's, el VTC provocó la muerte de más de 50 millones de árboles en una epidemia que se extendió en Brasil y Argentina. De manera similar, California, Florida, España, Sudáfrica, entre otros países, presentan la muerte de millones de árboles de naranja y mandarina injertados sobre naranjo agrio, así como de limón mexicano. La enfermedad se manifiesta con clorosis en las hojas y una leve picadura de tallo, posteriormente, 50% del árbol presenta defoliación y la picadura del tallo es más notoria y cubre una mayor área, las hojas muestran halos amarillos por ambos lados, los frutos son de menor tamaño y de color verde pálido; por lo tanto, la producción de cítricos es muy poca o nula y el árbol muere.



Figura 11. Virus de la tristeza de los cítricos.

1.6 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL CONCENTRADO DE NARANJA

La producción del jugo de naranja concentrado (JNCC), comienza con la entrega y descarga de la fruta. La fruta fresca se transporta a la planta en camiones con capacidad de remolque de hasta 20 toneladas. El descargue puede ser relativamente simple o se pueden emplear ramblas hidráulicas para descargar la fruta por gravedad sobre cintas transportadoras. Por regla general, se realizan pruebas al azar para determinar el nivel de maduración de la fruta y su contenido de zumo. Luego se determina el nivel de azúcar y acidez, que a menudo son los criterios para la compra de la fruta y para la mezcla seleccionada de lotes, con el fin de obtener parámetros específicos de calidad.

La fruta que no esté sana se remueve durante el descargue, antes de ser transportada a los tanques de almacenamiento. Generalmente se utilizan tanques de madera y metal, los cuales contienen travesaños interiores para minimizar el impacto a medida que la fruta va cayendo al fondo del tanque. A medida que la planta comienza las actividades de producción, las naranjas salen de los tanques rodando hacia las cintas transportadoras, que las llevan a la principal línea de extracción, por medio de un ascensor hasta un tanque o contenedor agitador.

El movimiento de éste sirve de tope para controlar y mantener un flujo adecuado de la fruta en la línea de extracción. Luego se sacan las naranjas de tanque agitador y pasan a ser lavadas con cepillo, luego son enjuagadas y seleccionadas nuevamente antes de pasar a la estación donde se extrae el zumo. Aquí se pueden utilizar detergentes o agua clorinada para el enjuague. Para el lavado también se puede emplear agua condensada fría ganada de la evaporación del zumo

Después del lavado y selección, la fruta es clasificada según el tamaño y enviada a los extractores de zumo. El zumo extraído es transportado a los terminadores para separar el zumo de los sacos o segmentos de la fruta. El zumo que se obtiene puede ser centrifugado para reducir el nivel de pulpa y de defectos.

Paso siguiente, el zumo se vierte en tanques de paredes heladas para luego pasar por el proceso de concentración, en un vaporizador llamado TASTE (vaporizador de corto tiempo térmicamente acelerado).

El vaporizador contiene una unidad de recuperación de esencia para coleccionar los componentes del sabor de la fase acuosa y oleaginosa que son removidos con el vapor de agua, a medida que el zumo va pasando por el proceso de concentración. El concentrado del vaporizador es enfriado en fracciones de segundo a una temperatura de 5° a 10° C, y luego helado de -5° a - 10°C y almacenado en tanques de enorme capacidad. A su vez, estos tanques son almacenados en depósitos frigoríficos, con temperaturas de -10° a -18° C.



Figura 12. Proceso de producción del jugo de naranja concentrado.

1.7 CONTROL DE CALIDAD

El control de calidad debe entenderse como una actividad programada o un sistema completo, con especificaciones escritas y estándares que incluyan revisión de materias primas y otros ingredientes, inspección de puntos críticos de control de proceso, y finalmente revisión del sistema completo inspeccionando el producto final.

Un programa integral de control de calidad debe realizar una serie de operaciones que se detallan a continuación:

- Inspección de entrada de insumos para prevenir que materias primas o envases defectuosos lleguen al área de procesamiento.
- Control del proceso.
- Inspección del producto final.
- Vigilancia del producto durante su almacenamiento y distribución. Esta es un área que normalmente se descuida y que puede anular todo el trabajo anterior de control de calidad.

Es importante señalar que para obtener un producto de buena calidad se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Instrucciones de elaboración para cada producto:
- Equipo de procesamiento específico.
- Temperaturas y tiempos de procesamiento.
- Materiales de envasado.
- Límites de peso o volúmenes para envasado.
- Etiquetado de productos. (Lara, 2018)

También se cuenta con una norma de calidad mexicana. proyecto de modificación a la norma oficial mexicana proy-nom-173-se-2020, *jugos, agua de coco, néctares, bebidas no alcohólicas con vegetales o frutas, agua de coco o coco, verduras u hortalizas y bebidas no alcohólicas saborizadas-denominación-especificaciones-información comercial y métodos de prueba*, (cancelará a la norma oficial mexicana nom-173-scfi-2009, jugos de frutas preenvasados-denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba, publicada en el diario oficial de la federación el 28 de agosto de 2009).

Debido a que este proceso de normalización inició con antelación a la fecha de entrada en vigor de la Ley de Infraestructura de la Calidad publicada en el Diario

Oficial de la Federación el 1 de julio de 2020 y atendiendo lo dispuesto en el Artículo Cuarto Transitorio de dicho Decreto, el procedimiento de normalización aplicable, debe seguirse de acuerdo a lo previsto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento, hasta su conclusión.

Con el objeto de elaborar el presente Proyecto de modificación a la Norma Oficial Mexicana, el Comité Consultivo Nacional de Normalización de la Secretaría de Economía lo aprobó el 6 de julio de 2020 e instaló un Grupo de Trabajo con la participación voluntaria de las siguientes personas morales e instituciones:

- Asociación de Normalización y Certificación, A. C. (ANCE).
- Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas A. C. (ANPRAC).
- Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias (CANAINCA).
- Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA).
- Campbell's de México, S. A. de C. V.
- Coco Colima, S. A. de C. V.
- Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).
- Consejo Nacional Agropecuario A. C. (CNA).
- Grupo Herdez, S. A. B. de C. V. (HERDEZ).
- Grupo Jumex, S. A. de C. V. (JUMEX).
- Malcher Moreno, S. P. R. de R. L.
- Nestlé México, S. A. de C. V. (SEGOB, S.F)

El control de calidad para elaboración de jugos, implica los siguientes pasos:

- *Selección e inspección:* Uno de los factores más importantes en la obtención del producto final es la selección de materia prima, en el caso de las frutas deberán estar firmes y maduras, libres de picaduras de insectos o mordidas de roedores y sin podredumbre.

- *Lavado*: Se realizará con abundante agua para eliminar la tierra o cualquier otra contaminación. El agua debe ser de calidad potable y contener algún tipo de desinfectante como cloro en bajas concentraciones.
- *Pasteurización*: La pasteurización se realizará sobre el producto envasado, en el caso de jugos en botellas de vidrio, a una temperatura de 70° C y por 30 minutos.
- *Extracción de la pulpa*: En este proceso se debe controlar el tamaño del tamiz que se coloca en la despulpadora, ya que dependerá de éste la calidad de pulpa que se obtenga, vale decir, un tamiz demasiado fino retendrá mucha fibra y esto disminuirá el rendimiento del producto final.
- *Sólidos solubles*: La concentración de sólidos solubles se determinará mediante un refractómetro y será de no más de 18° Brix.
- *Almacenaje y rotulado de productos*.
- *Rotulado o etiquetado*: Las etiquetas deberán estar limpias y adheridas firmemente al envase. No se superpondrán etiquetas sobre las ya existentes, salvo en aquellos casos en que complementen la información ya existente.

La etiqueta contendrá la siguiente información:

- a) Nombre del producto en letras destacadas.
- b) Tipo, clase y grado.
- c) Zona de producción.
- d) Contenido neto.
- e) Indicación del origen del producto.
- f) Nombre o razón social y dirección del fabricante o distribuidor.
- g) Marca de conformidad con norma, si procede.
- h) Aditivos usados.
- i) Autorización sanitaria.

CAPÍTULO 2. MARCO TEORICO

En este capítulo se describe de manera general los conceptos más relevantes en cuestión de exportación jugo concentrado de naranja, las leyes, tratados y organismos de control que serán necesarios para exportar dicho producto al país de Japón, por mencionar algunos como la Ley de Comercio Exterior y sus reglas, Ley de Impuestos Generales, Secretaría de Economía y la Secretaría de Salud, entre otros más que se encuentran sobresalientes.

2.1 MARCO LEGAL JURÍDICO

El Marco Jurídico es una referencia que remite a ciertos aspectos importantes en un tema en especial. En este caso al aspecto jurídico del Comercio Exterior de México. Así pues, este marco de manera interna se compone de la siguiente forma: Constitución Política de México, Tratado Internacionales, Leyes Federales, Reglamentos, Decretos, Circulares, Costumbre, Sentencias Judiciales. Como puede observar van de la Base (La Constitución) a lo individual (las sentencias).

Sin embargo, para efectos de este proyecto debe quedar muy en claro que de este ordenamiento supremo, que todos sin excepción conocen como Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se desprenden cada uno de los ordenamientos, como la Ley Aduanera y la Ley del Comercio Exterior e inclusive los Tratados Internacionales que México ha suscrito en materia de Comercio Internacional. En ese orden de ideas, dentro de la Constitución están los siguientes fundamentos que dan suficiente estructura para el Comercio Exterior de este país:

- El artículo 133 que establece la jerarquización de la norma jurídica en el sistema, puesto que ante la firma de diversos tratados internacionales en materia de comercio, resulta necesario conocer cuál es su validez.
- El artículo 25 que plasma la rectoría del Estado, que consiste en la facultad y capacidad que éste tiene para dirigirla actividad de los agentes económicos para la consecución de logros y objetivos en desarrollo.

- El artículo 26 que fue reformado en 1983 para elevar a rango constitucional la acción gubernamental en materia de planeación estableciendo el Sistema Nacional de Planeación Democrática (Castro Hernández, 2019).

2.1.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) de 1997 es la norma fundamental o carta magna, establecida para regir jurídicamente al país, la cual fija los límites y define las relaciones entre los poderes de la federación: poder legislativo, ejecutivo y judicial; entre los tres órdenes diferenciados del gobierno: el federal, estatal y municipal, y entre todos aquellos y los ciudadanos. Dentro de la CPEUM en materia de comercio y haciendo referencia a la exportación de jugo de naranja deben tenerse en cuenta y hacer hincapié en los artículos 4º, 89º y 131º ya que son de vital importancia para llevar a cabo en buenas condiciones este plan de exportación (DOF, 2019).

Basándose en los artículos anteriormente mencionados, se hace referencia a la estipulación de decretos para crear, aumentar, disminuir y suprimir aranceles siendo estos de manera urgente, así mismo, a través de los cuales se pueden modificar los impuestos de importación o exportación en este caso. De igual forma también se puede regular, restringir o prohibir la importación, circulación o tránsito de mercancías cuando así lo requieran, debe tenerse en consideración que como requisito se deben obtener permisos previos para la importación o exportación de diversas mercancías esto debido a que en el país al que se desea exportar cuenta con diferentes leyes y decretos distintos a éste.

2.1.2 Ley Aduanera

Esta Ley, las de los Impuestos Generales de Importación y Exportación y las demás leyes y ordenamientos aplicables, regulan la entrada al territorio nacional y la salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o

salida de mercancías. La ley aduanera es la ley que va a regular la forma del despacho de los asuntos referentes a las aduanas de un país, regulando su funcionamiento además de los procedimientos como se deben seguir en una revisión de mercancía.

Dentro de la Ley Aduanera en materia de comercio y haciendo referencia a la exportación de jugo concentrado de naranja debe tenerse en cuenta y hacer hincapié en el artículo 143° porque gracias a él se permite establecer o suprimir aduanas fronterizas, interiores y de tráfico aéreo y marítimo, así como designar su ubicación y funciones, ayuda a llevar un registro general y específico del tráfico de mercancías que se exportarán al país de Japón, también informar y cobrar los impuestos establecidos por ley, y con ello controlar la entrada de animales, alimentos, residuos tóxicos, o en el presente caso verificar que se encuentre con las medidas sanitarias óptimas para que no resulte peligroso para la salud pública de los civiles.

En el artículo 143 señala que además de las que le confieren otras leyes, son atribuciones del Poder Ejecutivo Federal en materia aduanera:

- I. Establecer o suprimir aduanas fronterizas, interiores y de tráfico aéreo y marítimo, así como designar su ubicación y funciones.
- II. Suspender los servicios de las oficinas aduaneras por el tiempo que juzgue conveniente, cuando así lo exija el interés de la nación.
- III. (Se deroga).
- IV. Establecer o suprimir regiones fronterizas (DOF, 2013).

2.1.3 Ley de Comercio Exterior

La Ley de Comercio Exterior es el conjunto de leyes y acuerdos que rigen como los países hacen negocios entre sí. La salud económica de muchos países depende, al menos en parte, de la capacidad de importar y exportar mercancías. Las leyes de comercio exterior establecen los parámetros para la forma en que estos oficios tienen lugar, la mayoría de las veces están diseñadas para asegurar la

equidad para todas las partes, así como para crear algo de un conjunto globalmente uniforme y predecible de las reglas.

El objetivo principal de elaboración de esta ley, es para *regular y promover el comercio exterior*, y con ello incrementar la competitividad de la economía nacional, asimismo, para propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, incluyendo el hecho de integrar de manera adecuada a la economía mexicana con la internacional, y si en un momento se necesitara, defender la planta productiva de prácticas desleales del comercio internacional, contribuyendo, así, a la elevación del bienestar de la población.

Dentro de la Ley de Comercio Exterior también se encuentran los Acuerdos Internacionales sobre inversiones, mismos que son de suma importancia para la exportación de jugo concentrado de naranja ya que fueron diseñados para promover y proteger la inversión de los extranjeros en este país o en este caso la inversión de los mexicanos en el extranjero, con lo que se contribuye al establecimiento de un clima favorable para hacer negocios. (Sanchez de los Santos, S.F)

2.1.4 Tratado de Libre Comercio México- Japón acuerdo

El acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón (AAEMJ) fue firmado el 17 de septiembre de 2004 y entró en vigor a partir del 1 de abril de 2005.. Después de más de dos años de duras negociaciones, es el primer Tratado que afectará el muy protegido sector agrícola japonés, reduciendo los aranceles a las exportaciones de México que incluyen puerco, pollo y naranjas. Habiendo llegado un poco tarde a la carrera para acordar tratados comerciales, bilaterales y regionales, Japón ha copiado a la Unión Europea, a Estados Unidos y a China, explorando las posibilidades para acordar tratados de libre comercio en el este de Asia y en otros lugares. La tema agrícola no formó parte de su único otro TLC que firmó con Singapur, ya que dicho país, no produce ningún producto agrícola de interés para Japón (Tokoro, 2006).

El acuerdo establece la eliminación gradual de aranceles para hasta un 90% de los productos en los próximos diez años. Para esa fecha, el 98% de las exportaciones japonesas y el 87% de las exportaciones mexicanas tendrán acceso libre de impuestos a los mercados de cada uno. El Acuerdo reduce de inmediato los aranceles al puerco mexicano ya que se acordó una cuota con tarifas bajas. Los criadores de puercos japoneses nunca habían tenido que enfrentar un mercado competitivo. Cuotas parecidas se han establecido para el pollo, las reses, naranjas y jugo de naranja. Los impuestos a los mangos y los aguacates mexicanos han sido eliminados. Las cuotas se incrementaron en el 2009. México ha establecido una cuota de automóviles japoneses, que estarán libres de impuestos, y eliminará todos los aranceles dentro de un periodo de siete años.

2.1.5 Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

Esta Ley busca establecer las tasas de los aranceles a la importación y a la exportación de mercancías en el país y crear una base de clasificación de las mismas. La Tarifa de Impuestos Generales a la Importación y Exportación (TIGIE) sirve para clasificar las mercancías que el país importe o exporte. Todas las mercancías deben ubicarse en un código de identificación universal mismos que consta de seis dígitos y a efecto de explicarles el respectivo impuesto de importación y exportación; cada país adiciona dos dígitos que identifican el arancel y requisitos para ingresar o salir de un país.

El documento asegura que la Ley propuesta, es el instrumento más importante de comercio exterior en el país cumpliendo con dos objetivos simultáneamente: establecer las tasas de los aranceles a la importación y a la exportación de mercancías en este país; y crear una base de clasificación de las mismas (Senado de la República, 2020). La propuesta busca incorporar un esquema que, respetando cabalmente las atribuciones del Congreso de la Unión y del Titular del Ejecutivo Federal en materia de aumento, disminución y supresión de aranceles, faculte a la Secretaría de Economía para publicar los números de las fracciones arancelarias, es

decir, el impuesto que debe pagar un producto al ingresar al extranjero, con el objetivo de permitir una identificación más precisa de las mercancías.

2.2 PROCEDIMIENTO ADUANERO

Es el conjunto de formalidades previstas en las legislaciones aduaneras nacionales que guardan relación con los regímenes aduaneros, cuyo cumplimiento se considera indispensable para permitir el desaduanamiento de las mercancías. Se entiende al conjunto de formalidades que deben cumplir las mercancías que ingresan al territorio aduanero de un país o salen de él, a fin de asegurar el cumplimiento de la legislación correspondiente.

Estas formalidades imponen obligaciones a la persona relacionada con las mercancías. Esas obligaciones consisten en la presentación de las mercancías y del medio de transporte ante la Aduana, junto con una declaración relativa a las mercancías y los documentos de respaldo solicitados, además de la constitución de una garantía cuando corresponda, y el pago de derechos e impuestos eventualmente exigibles. Los documentos que se acompañan en el procedimiento aduanero son: el registro federal de contribuyentes, el pedimento, el conocimiento de embarque, la lista de empaque, la factura comercial, el contrato de compra venta y el permiso sanitario, ya que se trata de un producto agrícola de consumo humano.

2.2.1 Registro Federal de Contribuyentes

El Registro Federal de Contribuyentes es una clave alfanumérica que el gobierno utiliza para identificar a las personas físicas y morales que practican alguna actividad económica en este país. El Registro Federal de Contribuyentes, mejor conocido como RFC, Esta clave está compuesta por 13 caracteres para las personas físicas y 12 caracteres para las personas morales. El padrón del RFC está compuesto actualmente por más de 41.6 millones de personas. Sólo existe un tipo de registro, lo que varía es el régimen fiscal en el que se inscribe cada persona, es decir

depende de la actividad económica que realice cada persona (Montalvo, 2019). Ver anexo 1 la muestra del RFC.

Es muy importante para la empresa exportadora jugo concentrado contar con el RFC, ya que es un registro importante con el cual ésta debe contar ya que con ella se identifica como empresa y puede hacer uso de ella como para:

- Amplía la posibilidad de obtener créditos y apoyos de instituciones de emprendimiento y capacitaciones para los empresarios que van iniciando.
- Da validez oficial a la empresa para que se presenten ante clientes y proveedores.

2.2.2 Pedimento

El pedimento aduanal es un comprobante fiscal que sirve para demostrar que se han pagado todas las contribuciones ante el Sistema de Administración Tributaria (SAT) por la entrada / salida de las mercancías de comercio exterior hacia o desde el territorio nacional mexicano. El pedimento comprueba la estancia legal de las mercancías que fueron importadas. En este documento se asientan datos como: nombre del importador, aduana de arribo de las mercancías, régimen aduanero, nombre del exportador (proveedor), país de origen de las mercancías, fracciones arancelarias, cantidades y unidades de medida, número de bultos, facturas comerciales que amparan a dichas mercancías, valor comercial de las mercancías, Incoterms, restricciones y regulaciones no arancelarias, entre otros datos más (Ortiz, 2020).

Para llevar a cabo una exportación de mercancías es necesario anexar al pedimento los siguientes documentos y requisitos, ya que es necesario para que se pueda llevar a cabo la exportación y así cumplir con lo requerido. La empresa *JUGO CONCENTRADO* se dedica a la comercialización de concentrado de jugo de naranja, y para poderlo comercializar y exportar se necesitan los siguientes documentos, factura comercial, lista de empaque que a continuación se detallan. Ver anexo 2.

2.2.3 Conocimiento de embarque o Bill of lading.

El conocimiento de embarque (C/E) o comúnmente conocido como Bill of Lading (B/L), sirve como contrato de transporte marítimo, constituye un comprobante fehaciente de que las mercancías se han embarcado y determina la responsabilidad de los contratantes. Como función básica para la mayoría de las operaciones, en su modalidad “a la orden” emitido por el agente de la naviera, evidencia y permite transferir la propiedad de la mercancía, por lo que puede ser negociable. Al igual el bill of lading demuestra la propiedad de la carga en su lugar de destino. Asimismo, permite al transportista liberar la carga a su propietario legal conforme a la contratación (Paéz, S.F.).

Es el documento que el Agente Aduanal envía a naviera de acuerdo a la confirmación de booking, esta es la reservación que realiza *JUGO CONCENTRADO* con la naviera para que sea considerado su embarque; donde se exponen los datos del Shipper, consignee, notifyparty, booking, nombre del buque, viaje, puerto de descarga, puerto de destino de la mercancía, número de contenedor, sello del contenedor, descripción de la mercancía, bultos, peso bruto. Ver anexo 3.

2.2.4 Lista de empaque o Packing List

Su finalidad es establecer los principales datos de la mercancía como: Datos de exportador e importador, marcas y números de los bultos, lugar y fecha de emisión, modo de embarque y descripción de la mercadería, tipo de embalaje, firma y sello de exportador. Lo cual la lista de empaque deberá estar membretada por la empresa *JUGO CONCENTRADO*, este documento no es muy exigido en las operaciones de Comercio Internacional, dependiendo del factor de la naturaleza de las mercaderías (SNICE, s.f.). La lista de empaque es un documento que permite conocer el contenido de cada bulto o caja, facilitando de esta forma la identificación de la mercancía del exportador. Este documento no tiene un formato específico, pero debe incluir los datos antes mencionados.

2.2.5 Factura Comercial

Es un documento legal emitido por el exportador al comprador o importador durante la transacción internacional y funciona como una prueba de la venta entre comprador y vendedor. La factura comercial detalla el precio, el valor y la cantidad de las mercancías vendidas. La factura comercial sirve para que el exportador, una vez confirmada la operación de compra por parte del importador, pueda cobrar la venta de un producto o servicio. El comprador debe pagar el importe que consta en la factura cuando el vendedor ha puesto a su disposición la mercancía. Además ayuda calcular y aplicar los derechos arancelarios que deben pagarse para que una mercancía pueda salir de un país y entrar en otro. El cálculo y aplicación de los aranceles se hace en función del tipo de mercancía y su clasificación arancelaria y el precio de esta (SAT, 2020). Ver anexo 4.

2.2.6 Contrato

El contrato de compraventa regula los derechos y obligaciones de cada de las partes contratantes, es decir, entre el exportador y el importador, en relación con un objetivo determinado, es fundamental que el contrato sea claro, conciso y que cubra los posibles riesgos e incertidumbre que puedan darse en la exportación. Ya que al presentarse algún tipo de controversia durante las transacciones comerciales, un mecanismo alternativo de resolución de estas en el arbitraje, previamente señalada como cláusula en el contrato (PROMEXICO, 2021). Ver anexo 5..

2.2.7 Permiso Fitosanitario

El Certificado Fitosanitario Internacional (CFI) es un requisito para exportar mercancías de origen vegetal que expide en México el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). El CFI es un documento que exige el país al que se desea exportar para comprobar que los

vegetales, así como sus productos y subproductos, cumplen los requisitos fitosanitarios del país destino (Seminis, 2016).

JUGO CONCENTRADO cumple con todos los requisitos para poder llevar la mercancía a Japón ya que Japón cuenta con ocho requisitos que se deben cumplir, entre ellos los referentes a las instalaciones del productor, la calidad de la materia prima y los aditivos que se incluyen en el producto. Ya que al no comprobar que la empresa cumple con todas las reglas no se permitirá el ingreso del producto.

2.2.8 Normas de Calidad

Una norma de calidad es un documento, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional), que proporciona para un uso común y repetido, una serie de reglas, directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad. Contar con una certificación ISO, ya sea de gestión de la calidad o de cualquier otra naturaleza aporta, básicamente, dos grandes ventajas: permite a las organizaciones demostrar su compromiso con la normalización y la estandarización, por una parte, y por la otra conocer con más detalle la realidad de la misma compañía, permitiendo optimizar los procesos de supervisión y gestión de sus operaciones.

La norma ISO 9001 de calidad sirve, principalmente, para mejorar la imagen y la credibilidad de la organización acreditada y para mantener la satisfacción del cliente y a fidelizarlo; por otra parte, sirve para implementar mejoras en el campo de la eficiencia y los costes, y por lo tanto, para fundar una cultura empresarial basada en la mejora continua. Además, la ISO 9001 también sirve para ganar el compromiso de todos los empleados.

La Norma Oficial Mexicana NOM-173-SCFI-2009, Jugos de frutas preenvasados. Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba. Esta Norma Oficial Mexicana establece las

características y especificaciones mínimas que los productos, procesados y preenvasados, objeto de la misma deben cumplir para denominarse jugos de fruta, así como la información comercial que deben cumplir. Esta norma es aplicable para los productos que se denominen jugo de fruta que se comercialicen en territorio nacional (Secretaría de Economía, 2009).

2.2.9 Incoterms

Los incoterms son una serie de normas aceptadas y reconocimiento internacional que establecen los derechos y obligaciones de comprador y vendedor en los intercambios comerciales que indican las condiciones de venta. Desde su creación los incoterms se revisan periódicamente para adaptarse a realidad del momento y a los cambios que experimenta el comercio internacional (Tiba Group, 2020). En este proyecto el incoterm a utilizar es *Free On Board (FOB), A bordo del buque*, este contempla, que el exportador es responsable de llevar la mercancía hasta el puerto establecido y cargarla en el barco. En cuanto la mercancía está en el barco el riesgo y los costes por pérdida o daño pasan a ser del importador.

2.2.10 Carta Encomienda

Para que un agente aduanal pueda proceder a la liberación de mercancías de importación es necesario cuente con una carta encomienda, ya que este documento representa una autorización para los agentes y apoderados aduanales para llevar a cabo los trámites y todas las actuaciones, notificaciones que se derivan del despacho aduanero como representantes de los importadores conforme los artículos 164 y 165 de la Ley Aduanera, que establecen causales de suspensión y cancelación de patente al agente aduanal que intervenga en un despacho que no le haya sido encomendado (Griska, 2019).

La carta encomienda es realizada por el importador o consignatario a cargo de la mercancía, en la cual declaran bajo protesta de decir la verdad, apoderan al agente aduanal para que pueda retirar la mercancía de la naviera y proceder

a efectuar el despacho aduanero y los trámites relacionados con la operación a su nombre. El llenado correcto de este documento es indispensable para poder realizar el procedimiento aduanal para la liberación de la mercancía. Ver anexo 6.

2.3 ENVASE Y EMBALAJE.

Se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos. En forma más estricta, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo embalaje Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía.

El embalaje en su expresión más breve es la caja o envoltura con que se protegen las mercancías para su transporte y almacenamiento. Es conocido también como *Embalaje Terciario o Reembalaje* (Academy, 2012). Para la empresa es muy importante el envase y embalaje, ya que el envase ayuda a que el producto mantenga su temperatura correcta y no sufra ningún daño además de que ayuda para su concentración. Al igual que el embalaje ayuda a que estos no se dañen ni sufran golpes que ocasionen rupturas durante el traslado.



Figura 13. Envase



Figura 14. Embalaje.



Figura 15. Embalaje.

2.4 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.

La clasificación arancelaria es un proceso que consiste en asignar un código numérico creado por la Organización Mundial de Aduanas (WCO por sus siglas en inglés) a las mercancías. Su objetivo es identificar las mercancías que se importan y exportan para fijar impuestos, obligaciones y derechos. En México, la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación (LIGIE) toma en cuenta la clasificación arancelaria. Cada producto se identifica con ocho dígitos o números específicos (SICEX, 2019).

Tabla 1. Clasificación arancelaria del jugo de naranja.

Código	Nomenclatura
20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
2009	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol.
	Jugo de naranja
200912	Sin congelar, de valor Brix inferior o igual a 20.
20091201	Con un grado de concentración inferior o igual a 1.5.

CAPITULO 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

Se entiende como la distinción y separación de las partes del mercado para llegar a conocer los principios o elementos de este y encontrar ideas para el mercadeo de un producto que satisfaga las necesidades. El cual sirve para minimizar el riesgo del producto y entender los problemas y oportunidades para planificar su mercadotecnia. Por lo cual *JUGO CONCENTRADO* se enfoca al mercado de consumo que son aquellos en los que se comercializan bienes que están destinados al consumo individual para todo tipo de persona sexo y edades indistintas, ya que el producto que ofrece la empresa es para el consumo propio de la salud.

3.1 MERCADO META JAPÓN

Tokio es la capital de Japón, localizado en el centro-oeste de la isla de Honshu, concretamente en la región de Kanto. La ciudad es el centro de la política, economía, educación, comunicación y cultura popular del país. Posee también la mayor concentración de sedes corporativas, instituciones financieras, universidades y colegios y establecimientos comerciales y de entretenimiento de todo Japón. En la actualidad Tokio es uno de los centros urbanos más importantes del planeta, es uno de los principales centros financieros y la capital política de Japón.

Posee más puestos de trabajo y lugares de recreación cultural que cualquier otra ciudad de Japón, lo que atrae a muchas personas del resto del país. Su densidad de población es extremadamente alta, 14 mil personas por kilómetro cuadrado, casi dos veces más que Nueva York al ser la ciudad más poblada del mundo. La religión en Tokio presenta patrones similares al resto del país, donde conviven el budismo, el sintoísmo y otras religiones.

Además tiene la mayor economía en una ciudad en el mundo, con un producto interno bruto de 1.315 billones de dólares, que lo transforman en la segunda potencia económica del mundo. Posee un gran centro internacional de finanzas, oficinas centrales de diversas compañías, bancos y aseguradoras, publicaciones y difusión

de Japón. Tokio es el principal centro financiero de Asia, la bolsa de valores de la prefectura es una de las más dinámicas del mundo. La mayoría de las instituciones financieras del país, y también multinacionales, tiene su sede en Tokio.

Cultura. La mayor parte de la población de Tokio es budista. Centenares de templos budistas pueblan la provincia, aunque muchos de los habitantes de Tokio van a estos templos solo en ceremonias muy especiales como bodas y funerales, y prefieren practicar sus actos religiosos en casa. Muchas de las residencias están amuebladas al estilo japonés, aunque otras siguen un patrón más occidental. La mayor parte de la gente usa vestimentas occidentales en su vida cotidiana. Algunas personas más ancianas —especialmente mujeres— usan el kimono, una ropa tradicional japonesa. Los vestidos tradicionales japoneses solo se usan, generalmente, en días o eventos especiales.

Muchos de los artistas japoneses más prestigiosos trabajan en Tokio. Algunos aún usan métodos y técnicas japoneses de sus antecesores, que han pasado de generación en generación. Otros artistas prefieren usar métodos y técnicas occidentales. Tokio es el centro nacional de la música, drama y del teatro japonés. El Festival Internacional de Cine de Tokio (conocido como TIFF: Tokio International Film Festival), se lleva a cabo cada octubre o noviembre desde 1985. En él se proyectan más de trescientas películas, siendo el mayor entre los festivales asiáticos de cine, y, junto con el Festival de Shanghái, en China, es uno de los dos festivales de Asia acreditados por la Federación Internacional de Productores de Cine (FIAPF) (Milner, y otros, 2008).

3.2 LOGÍSTICA.

La logística es el arte de planear y coordinar todas las actividades y procesos necesarios para que un producto o servicio se genere y llegue al punto donde y cuando el cliente final lo requiere, optimizando el costo. Toda compañía tiene una forma, de generar los productos que comercializa y de hacerlos llegar al mercado,

no importa su tamaño ni su complejidad. A esa serie de procesos o prácticas se le conoce como logística o cadena de suministro (Zamora Torres, 2018).

JUGO CONCENTRADO eligió para sus embarques que se despacharan por el puerto de Lázaro Cárdenas ya que este puerto cuenta con la ruta de Asia que es más rápida y así pueden llegar los embarques en tiempo y forma con los compradores. El objetivo de la logística es poner a disposición del consumidor el producto deseado, en la cantidad y momentos precisos, en el mejor punto de venta y que todo ello se realice al menor coste posible. La logística comprende varias actividades para cumplir sus objetivos:

- *Procesamiento de los pedidos*: Todo lo relacionado con las órdenes de compra.
- *Manejo de materiales*: Engloba todos los medios materiales para mover los productos tanto en los almacenes como entre estos y los puntos de venta (cintas, transportadoras, carretillas, entre otros).
- *Embalaje*: Sistemas utilizados para la protección y conservación de los productos.
- *Transporte de la mercancía*: Determina los medios materiales para transportar el producto (camión, tren, barco, etc.) y la planificación de las rutas que proporcionen el menor coste posible.
- *Almacenamiento*: Emplazamiento del producto, dimensión y características del almacén.
- *Servicio al cliente*: Incluye los servicios y medios necesarios para que el cliente adquiera el producto. (Sevilla Arias, 2012)

3.3 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.

JUGO CONCENTRADO se localiza en el estado de Michoacán, al suroeste de la meseta central, en Lázaro Cárdenas Michoacán. debido a que su fundador es residente de este estado lo que permite tener un flujo más rápido de exportación y una mejor logística de transportación debido a que se encuentra en uno de los

puertos más importantes a nivel internacional. El producto saldrá de Lázaro Cárdenas Michoacán con destino a Tokio, Japón.

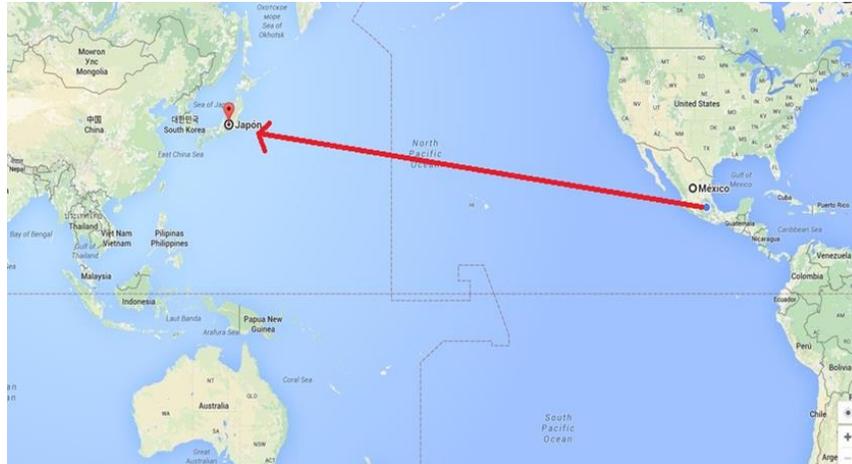


Figura 16. Localización geográfica

3.3.1 Micro localización.

Para la empresa se dispone un terreno de dos hectáreas que se encuentran ubicado en la zona este del municipio de Lázaro Cárdenas, sobre la isla Cerralvo 3-13, colonia isla del Cayacal. El entorno donde se encuentra localizado el terreno, cuenta con la infraestructura y servicios públicos necesarios como son los servicios de agua entubada, electricidad, pavimentación, drenaje, teléfono, correo, transporte terrestre, que ayudan al crecimiento de la empresa.

3.3.2 Macro localización.

El jugo de naranja concentrado se adquirirá en los estados productores de naranja en la república mexicana. Se pretende en primer lugar obtenerlo desde Colima, Puebla y Oaxaca, que son los más cercanos al puerto de Lázaro Cárdenas, que será desde donde se va a embarcar.



Figura 17. Macro localización

3.4 OFERTA Y DEMANDA

JUGO CONCENTRADO exportará a Japón ya que es uno de los consumidores con más alto poder adquisitivo del mundo e importa el 60% de su consumo de alimentos y no produce grandes cantidades de bienes para la exportación en este sector. Japón es el tercer país receptor de las exportaciones agroalimentarias de México, precedido únicamente por Estados Unidos y Canadá. En la región Asia-Pacífico se posiciona como el principal país inversionista en México.

En 2017, las exportaciones a Japón alcanzaron los 1.093 millones de dólares, lo que representa un incremento del 88.4% en comparación con 2005, año en el que entró en vigor el acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón. Dentro de las principales exportaciones agroalimentarias de México a Japón, se encuentra la carne de cerdo, carne de res, atún, aguacate – con un 93% de participación de mercado –, calabaza Kabocha (40%), limón persa (99%), melón (79%), mango (49%), jugo de naranja (28%), entre otros productos. (PROMEXICO, 2018)

Como se sabe Japón es el cuarto importador de jugo congelado concentrado de naranja con el (2.8 %), ya que el mayor importador es la unión europea con el 42.5% lo que hace que la empresa *jugo concentrado* incursione sin problemas en el mercado japonés ya que no es un país donde Brasil que es el mayor exportador así como también la principal competencia pueda tener una oferta muy amplia como lo hace con los países de la unión europea.

México es un exportador de jugo de naranja, gracias a ser uno de los principales productores mundiales de esta fruta, el aporta el 8.50 % de la producción mundial con un volumen de 4.3 millones de toneladas. México, Brasil y Estados Unidos son los principales productores mundiales de esta fruta. En los últimos años el saldo positivo de la balanza se ha incrementado a más del doble, lo que muestra la importancia de este producto mexicano al exterior.

El consumo de jugo de naranja a nivel internacional tuvo una tasa de crecimiento medio anual de 6.4 % lo que muestra la alta demanda de este alimento en el mundo. La Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Japón y China consumieron en conjunto 2.1 millones de toneladas de jugo de naranja en el ciclo 2009-2011, 91% del total mundial, cifra que los convirtió en los mayores consumidores.

3.5 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el que hacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la Planeación Estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos.

Al igual permite a una empresa concentrar los limitados recursos en las mayores oportunidades para aumentar las ventas y lograr una ventaja que los haga competitivos frente a la competencia y sostenibles los ingresos del negocio. Una buena estrategia del marketing debe integrar los objetivos, las políticas y las tácticas en un conjunto coherente de la organización de la empresa para si obtener mejores resultados (Roncancio, 2018).

3.5.1 Misión.

Define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas, proporciona una visión clara a la hora de definir en qué mercado está la empresa, quiénes son sus clientes y con quién está compitiendo. Por tanto para *JUGO CONCENTRADO* su misión es:

Somos una empresa comercializadora y distribuidora de jugo 100 % natural a base de la naranja, que suple las necesidades del mercado, ofreciendo a nuestros clientes un producto que cumple con los estándares de calidad, buscando siempre el mejoramiento continuo.

3.5.2. Visión.

Es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse. Tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado. Por lo tanto para *JUGO CONCENTRADO* su visión es:

Ser una empresa exitosa y rentable en la comercialización y distribución de jugo de naranja concentrado en México y el mundo con un alto concepto en servicio al cliente, brindando calidad en su producto.

3.5.3. Valores.

JUGO CONCENTRADO determina que los valores son la raíz de la empresa, las señas que la identifican y la hacen ser diferente a las demás ya que sin estos la empresa no podría tener un desarrollo eficiente. Los valores de una empresa son los propósitos que orientan las actitudes de sus colaboradores y los mantienen vinculados a objetivos comunes (Lisboa, 2019). Además, estos valores son la máxima expresión de la misión y visión de una empresa.

- *Respeto*: valorar a los demás, acatar su autoridad y considerar su dignidad. él respeto se acoge siempre a la verdad; no tolera bajo ninguna circunstancia la mentira, y repugna la calumnia y el engaño.
- *Puntualidad*: es la disciplina de estar a tiempo para cumplir nuestras obligaciones. el valor de la puntualidad es necesario para dotar a nuestra personalidad de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.
- *Honestidad*: actuar siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia dando a cada quien lo que le corresponde siendo íntegros para recibir a cambio la confianza de los clientes reales y potenciales.
- *Disciplina*: hacer actividades armoniosamente cumpliendo las normas y políticas que apoyan el trabajo en la empresa, teniendo la fortaleza y templanza ante las adversidades que se presentan día a día.
- *Cooperación*: apoyar a los compañeros de la empresa para llegar a los objetivos fijados mediante las interrelaciones humanas, haciendo que las actividades laborales sean más eficientes.
- *Pasión*: Pocas cosas atraen más a clientes que ver personas que disfrutan lo que hacen. Por ello, el tener la pasión como valor de una empresa, servirá para crear y mantener la emocionalidad al tope y transmitir esa motivación al exterior.

3.5.4 Objetivo General

Los objetivos generales tienen carácter genérico, se proyectan a largo plazo, y consisten en la suma de objetivos específicos más pequeños que al final permitirán alcanzar la meta propuesta en el *Plan de Acción*. Los objetivos generales no son más que los logros a alcanzar a través del trabajo, se plantean como metas antes de empezar, lo que permite orientar la investigación, el trabajo, las acciones hacia el logro de las mismas e igualmente permite medir los resultados obtenidos.

- Cumplir con todos los requerimientos de calidad para satisfacer la demanda y garantizar continuidad de negocio.

La importancia de dichos objetivos además de basarse en que son el propósito de la organización, radica en que ayudan a definir objetivos más concretos específicos para las diferentes áreas, que permitirán descentralización de las actividades y autoridad, promoviendo la participación de todo el personal. Además de permitir hacer un seguimiento más cercano, que facilita la captación de problemas y la resolución de los mismos. Al igual garantiza que los esfuerzos se dirijan hacia un objetivo común. Las personas que conforman el equipo de trabajo deben saber qué objetivo general están persiguiendo de lo contrario cada departamento o área podría trabajar únicamente en función de su propio beneficio, restando esfuerzos y apoyo al objetivo final de la organización (Riquelme M. , 2019).

3.5.5 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos tienen como punto de partida un objetivo general. La idea consiste que ante cualquier meta general que pueda tenerse en el negocio, es necesario saberla desarrollar de forma gradual, a través de sucesivas etapas que permitan corregir o evaluar la estrategia seguida. Así, objetivos de la empresa son los estados o situaciones que la empresa pretende conseguir en el futuro utilizando sus recursos disponibles presentes y los previsibles. Es decir, que serían aquello que la empresa quiere para el futuro. El lugar dónde quiere estar, la situación que quiere tener o los fines que pretende. Por otro lado, la empresa necesita saber con qué contará para conseguirlos, dinero, activos, etcétera. De esta forma, la empresa decide dónde quiere llegar y qué camino tomará para hacerlo (Rus Arias, 2020).

Algunos objetivos estratégicos que se pretenden son los siguientes:

- Lograr ventas anuales brutas superiores a 3 millones de pesos durante los primeros 3 años de operación.

- Alcanzar una participación en el mercado del 8% en los próximos 2 años de operación.
- Ser una empresa rentable en el primer año de operación.
- Estar posicionado en el mercado como una de las marcas de jugo concentrado de naranja más comprometidas con el bienestar de las personas en los próximos 3 años.

3.5.6 Políticas Internas.

Son un conjunto de directrices que establecen normas, procedimientos y comportamientos que deben llevar los empleados. En muchos casos, la política de una empresa debe cumplir con determinados requisitos legales, por ejemplo los relativos a los derechos del empleado. Tienen como finalidad crear un entorno más favorable a la creación y el desarrollo de la empresa. Las políticas reflejan la personalidad de la compañía (Riquelme M. , 2020).

- Realizar siempre un trabajo con excelencia
- Siempre atender al cliente con una actitud positiva
- Atender de forma rápida, eficiente y cuidadosa a los clientes
- Hacer las cosas lo mejor posibles.
- Entregar el producto en la fecha y forma establecida.
- Atender las necesidades de los clientes.
- Ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Capacitar periódicamente al personal que se encuentra laborando en la organización y a los de nuevo ingreso.

3.5.7 Organigrama de la Empresa

Un organigrama es una representación visual de la jerarquía del personal y la estructura y flujo de la información dentro de una empresa, representa las estructuras departamentales y las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las

relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización para su mejor desempeño. El organigrama refleja la estructura de una empresa, sus niveles y fuerza laboral, lo que facilita la comprensión organizativa y funcional, siendo una verdadera hoja de ruta para los nuevos empleados y un recurso eficaz para la empresa (Endalia.com, 2020).



Figura 18. Organigrama de la empresa.

3.5.8 Logotipo

El logotipo es un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos o letras, Además dar a conocer e identificar a la empresa o institución por un amplio periodo de tiempo, de tal forma que los receptores asocien a la empresa los productos o servicios ofrecidos por ella. Al conseguirlo será más fácil que se quede en la mente del público para facilitar sus ventas (Peiró, 2017).

Por eso es que *JUGO CONCENTRADO* busca llegar a sus clientes a través de un logotipo fácil de identificar ya que es una empresa cuya característica es la calidad, frescura y concentración del jugo en los gajos, eso es lo que se pretende proyectar al mercado con el logotipo; un cierto toque de vida y sea apetecible para el consumidor. El eslogan transmite una confiabilidad en el producto.



Figura 19. Logotipo.

3.6 ANÁLISIS FODA INTERNO Y EXTERNO

Un análisis FODA (o DAFO) es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras. La matriz de análisis FODA es una herramienta muy valiosa para cualquier negocio, en tanto que da la pauta para conocer lo que se está haciendo bien y todo aquello que representa un reto actual o potencial (Pursell, 2021).

Tabla 2. Análisis FODA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Canales de distribución. ➤ Capacidad de producción. ➤ Accesibilidad a la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto poder de negociación de los clientes. ➤ Mercado no segmentado. ➤ Baja inversión en equipo para procesos comerciales.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ampliar los mercados de Japón, EUA. ➤ Incrementar el porcentaje de exportación de productos. ➤ Realizar procesos de segmentación e identificar mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Integración de competidores al mercado. ➤ Inestabilidad monetaria del país. ➤ Falta de apoyo gubernamental hacia el sector industrial.

CAPITULO 4. ANÁLISIS FINANCIERO.

Este capítulo corresponde al análisis financiero, que consiste en una serie de técnicas y procedimientos, como estudios de ratios financieros, indicadores y otros, que permiten analizar la información contable de la empresa para obtener una visión objetiva acerca de su situación actual y cómo se espera que esta evolucione en el futuro (Roldán, 2017). Aquí se analiza desde la inversión inicial, los costos fijos, variables y de exportación, se determina el precio de venta y el punto de equilibrio y por último se realiza el balance general que ayudará a determinar la rentabilidad del proyecto de exportación.

La empresa *Comercializadora JUGO CONCENTRADO S.A. DE C.V.* exportará a Tokio, Japón; un contenedor de jugo congelado concentrado de naranja de 40 HC RF, la cual cada contenedor llevará 90 galones de acero del metal cada uno de 250 kg el cual será un total de 22,500 kg con bolso aséptico interno; además tiene un almacenaje de dos años en 18 grados, lo que permite que tenga una mayor concentración.

4.1 INVERSIÓN INICIAL.

La inversión inicial es el dinero que necesita el propietario de esa empresa para iniciar el negocio. Este dinero se utiliza para cubrir los costos iniciales, tales como la compra del edificio, compra de equipos y suministros, y la contratación de empleados. Estos fondos, o capital, pueden provenir de los ahorros personales del dueño del negocio, de un préstamo bancario, una subvención del gobierno, dinero prestado por diversas fuentes, incluyendo familiares y amigos, o dinero recaudado de inversionistas externos (Sy Corvo, 2018).

La empresa *JUGO CONCENTRADO S.A. DE C.V.* Inicio con un capital de \$690,000, el cual cada socio aportó la cantidad de \$230,000. Este capital se juntó a base de tres socios comerciales que están dispuestos a invertir en este proyecto, ya que es un capital que se recuperará a largo plazo y así mismo se obtendrá una

ganancia que favorece a la empresa y a los socios comerciales para seguir invirtiendo en exportaciones a nivel internacional.

4.1.1 Permisos.

El establecimiento o constitución de un negocio o empresa requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y trámites legales ante autoridades gubernamentales, privadas y sociales, es muy importante contar con la con los lineamientos correspondientes ya que la licencia de funcionamiento hace constar que la empresa cumple con la normatividad para iniciar con las actividades, el RFC es la clave única que el gobierno de México utiliza para identificar a las personas morales. A continuación se enumeran algunas de las dependencias a las que deberá acudir y los trámites que deben realizarse.

Las dependencias que intervienen en el proceso de instalación, ejecución y funcionamiento del proyecto son:

- Secretaría de Relaciones Exteriores (en el caso de sociedades)
- Notario Público/Registro Público de Comercio (en el caso de sociedades)
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Los trámites que deben llevarse a cabo para el registro, instalación y ejecución del proyecto son los siguientes:

- Su constitución, las sociedades (personas morales).
- Haber realizado situaciones jurídicas que de hecho den lugar a presentación de declaraciones periódicas (apertura), las personas físicas con actividades empresariales y las personas morales residentes en el extranjero deben solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (forma HRFC-1, en original y cinco copias), donde reciben una clave que les identifica en lo subsecuente ante la autoridad fiscal.

También la SHCP mantiene el Padrón de Proveedores de la Administración Pública Federal, al que deben registrarse las empresas o personas que deseen efectuar transacciones comerciales con las diferentes dependencias de la administración pública.

- *Gobierno Municipal/Gobierno del Distrito Federal:* Ciertas actividades o giros de negocio requieren de Licencia de funcionamiento expedida por el gobierno municipal de la localidad donde se asientan (en el D.F. será la delegación política del gobierno del Distrito Federal correspondiente al domicilio del negocio). Esta licencia (o en su caso la declaración de apertura para el inicio de operaciones) deberá mantenerse siempre a la vista.

Adicionalmente en el D.F. debe acudirse a la Coordinación General de Reordenación Urbana y Protección Ecológica del Distrito Federal, o a la delegación política que corresponda al domicilio del negocio, para tramitar la constancia de zonificación de uso del suelo que certifica si determinado uso del suelo es permitido condicionado o prohibido. Enseguida debe tramitarse la licencia de uso del suelo que autoriza el uso o destino que pretenda darse a un predio o local. Por ultimo debe tramitarse la inscripción en el padrón delegacional en la delegación correspondiente (Garza, s.f.). En la tabla 3 se presentan los costos de permisos realizados para el inicio de la empresa.

Tabla 3. Permisos

CONCEPTO	COSTO
Licencia de funcionamiento	Sin costo
Registro federal de contribuyente	Sin costo
Acta constitutiva	8, 000.00
Dictamen de protección civil	500.00
TOTAL	\$8,500.00

4.1.2 Inversión fija

Es la asignación de recursos reales y financiados para obras físicas o servicios básicos de la empresa, cuyo monto por su naturaleza no tiene necesidad de ser transado de forma continua durante el horizonte de planteamiento, solo en el momento de su adquisición o transferencia a terceros. La inversión fija se refiere a los gastos iniciales necesarios para una buena empresa opere, que abarca todos los bienes necesarios como equipo de trabajo, maquinaria, equipo de reparto, equipo de cómputo y equipo de oficina una vez adquiridos pasan a ser patrimonio de la empresa (Cruzecitas, 2012).

4.1.3 Aportación de socios.

Las aportaciones de socios pueden realizarse en efectivo, en “especie” o mediante compensación o aportación de créditos. Para contabilizar estas aportaciones en el patrimonio neto es necesario verificar la incorporación de los activos o la condonación de la deuda al patrimonio de la sociedad, la identidad de los aportantes y el porcentaje de participación que poseen en la sociedad. También el importe dinerario o el valor razonable de los activos o de la deuda condonada aportados por cada socio y, finalmente, que el fundamento o razón objetiva de la aportación es el incremento de los fondos propios de la sociedad (Feijó Alvarez, 2020). En la tabla 4 se muestra el desglose de la inversión fija inicial.

Tabla 4. Desglose de inversión fija.

COCEPTO	SOCIOS	COSTO DE INVERSIÓN
En especie	1	\$ 230,000
En efectivo	2	\$ 460,000
Total de la inversión		\$ 690,000

4.2 ANÁLISIS DE COSTOS.

El análisis de costo es simplemente, el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto del voluntario. El análisis de costo determina la calidad y cantidad de recursos necesarios. Entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero. El análisis de costo no sólo ayuda a determinar el costo del proyecto y su mantenimiento sino que también sirve para determinar si vale o no la pena llevarlo a cabo (Quiroga, 2020). A través de una serie de estudios de mercado económico y financiero, se obtuvo los gastos que se generarían mensual y anualmente lo cual permite determinar los costos que generaran las actividades que realice la empresa comercializadora al exportar el Jugo Congelado Concentrado de Naranja; por lo que facilitará la toma decisiones.

4.2.1 Costos Fijos.

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa siempre debe cancelar, independientemente de su nivel de producción. Se los conoce como fijos porque no varían ante los cambios de la producción de bienes y servicios. Es decir, en los costos fijos no importa cuánto se produzca, siempre deberán ser abonados. Por ejemplo, el alquiler de una oficina o un local, los sueldos, los servicios de telefonía e internet, el pago de seguros, entre otros más (Costos fijos, 2019). En la tabla 5 se presenta el desglose de los costos fijos contemplados en la empresa.

Tabla 5. Costos fijos.

COSTOS FIJOS	MENSUAL	ANUAL
Equipo de computo	13,000	13,000
Mobiliario	15,000	15,000
Salario	78,000	936,000
Luz	12,000	144,000
Agua	500	600
Renta	2,300	27,600
TOTAL	\$120,800	\$1,136,200

4.2.2 Costos Variables.

Los costes variables son los gastos que cambian en función del nivel de actividad y de producción de bienes y servicios de una empresa en concreto. A los costes variables también se les conoce como nivel de unidad producida, precisamente porque son costos que irán cambiando al alza o a la baja en función del número de unidades que se produzcan (Nuño, 2017). En la tabla 6 se muestran los costos variables que deben considerarse al inicio de la empresa.

Tabla 6. Costos variables.

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Papelería	2000	24,000
Materia prima	202,500	2,430,000
Material de protección	2070	24,840
TOTAL	\$206,570	2,478,840

4.2.3 Costos de Exportación.

El precio de exportación se entiende como el precio de venta que permite recuperar los costos más la utilidad que incluye un retorno relacionado con el esfuerzo empresarial realizado y el riesgo en función del capital comprometido. El precio de exportación es aquel valor monetario que se pide al importador a cambio del producto exportado, por ello cuando se determine el precio de exportación se debe considerar todos los factores que involucren producir y llevar el producto hasta donde requiera el cliente (Mondragón, 2020). En la tabla 7 se presentan los costos de exportación, señalando todos los gastos que son responsabilidad de quienes vende el producto al comercio internacional. Así mismo en la tabla 8 se presentan los gastos totales.

Tabla 7. Costos de exportación.

COSTOS DE EXPORTACION	MENSUAL	ANUAL
Gastos de agente aduanal	\$3,700	\$44,400
DTA	\$251	\$3,012
Pre validación	\$244	\$2,928
Flete terrestre	\$2,800	\$33,600
Toma de contenedor vacío	\$569	\$6,828
Conexiones	\$1,644 por día	\$19,728
Traslado de castado de buque	\$1,990	\$23,880
Código ISPS	\$86.21	\$1034.52
Muellaje	\$108	\$1,296
Maniobras de descarga	\$1400	\$16,800
SUBTOTAL:	\$12,792	\$153,506.52

Tabla 8. Total de todos los gastos. Costos fijos, costos variables y costos de exportación.

	MENSUAL	ANUAL
COSTOS FIJOS	120,800	1,136,200
COSTOS VARIABLES	206,570	2,478,840
COSTOS DE EXPORTACIÓN	12,792	153,506.52
TOTAL	\$340,162	\$ 3,768,546.52

4.3 PRECIO DEL PRODUCTO Y PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del precio del producto y del punto de equilibrio sirven para determinar las proyecciones de ventas que se deberán realizar para establecer si el negocio podrá ser rentable a partir de lograr que se supere que las ventas y los gastos se equilibren y se supere el nivel de venta para empezar a tener utilidades, que permitirán a la empresa recuperar la inversión inicial.

4.3.1 Precio de venta

El precio de venta está conformado por todos aquellos costos que intervienen de manera directa e indirecta en la adquisición del producto a comercializar. Este se determina de acuerdo a los gastos totales mensuales entre el número de unidades de la materia prima que se exportara al mes; más el porcentaje de ganancia en este caso será el 30% y así se obtiene el precio de venta.

$$\text{Costo de Venta} = \frac{\text{Gastos totales mensuales}}{\text{Total de kg por mes}}$$

$$\text{Costo de venta} = \frac{\$ 340,162.21}{22,500 \text{ kg}} = \$15.12$$

$$\text{Precio de venta en Japón} = \$15.12 + 30\% = \$19.66$$

$$\text{Precio en dólares} = \text{US\$1.00 al cambio de } \$20.00 \text{ por dólar}$$

De acuerdo a que la competencia internacionalmente hablando Brasil vende su producto de Jugo de naranja a 20.41 por KG, la empresa JUGO CONCENTRADO S.A. DE C.V vende el jugo congelado de naranja a 19.66 por KG lo cual hace que el producto sea rentable ya que la empresa también ofrece calidad de acuerdo a que cuenta con proveedores que le ofrecen jugo de la naranja valencia; pulpa muy jugosa y zumo muy abundante y de calidad la cual hace que la empresa sea una competencia más.

4.3.2 Punto de equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto para poder comprender mejor el concepto se debe realizar una división de los gastos fijos y variables que intervienen en el proceso entre las ventas anuales para poder determinar el punto de equilibrio que deberá ser menos de las ventas anuales (Punto de equilibrio, 2019). Para sacar el punto de equilibrio mensual se deberá realizar una división de los costos fijos mensuales (\$120,800) entre los costos variables mensuales (\$206,570) entre las

ventas mensuales (\$442,350) para determinar el punto de equilibrio el cual deberá ser menos que las ventas mensuales (\$336,112.48).

$$(P \times U) - (CVU \times U) - CF = 0$$

$$P.E. \text{ Monetario} = \frac{\text{COSTOS TOTALES FIJOS ANUAL}}{1 - \frac{\text{COSTOS TOTALES VARIABLES ANUAL}}{\text{VENTAS ANUALES}}}$$

$$P.E. \text{ Monetario Anual} = \frac{\$3,571,600}{1 - \frac{\$202,346.52}{\$5,308,200}} = \$3,713,143.59$$

4.4 BALANCE GENERAL

La proyección de ventas se puede ver como una proyección de la Demanda en la cual se determinan las utilidades antes de impuestos, esta proyección se obtiene de acuerdo a una sustracción de las ventas totales anuales y los gastos totales anuales lo que dará como resultado una utilidad antes de impuestos. En la tabla 9 se hace un balance de utilidades antes de impuestos, en los próximos cinco años.

Tabla 9. Utilidad antes de impuestos.

	1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS
Ventas totales anuales	5,308,200	5,839,020	6,422,922	7,065,214.2	7,771,735.62
(-) Gastos totales	3,773,946.52	4,151,341.17	4,566,475.28	5,023,122.82	5,525,435.09
Utilidad antes de impuestos	1,534,253.48	1,687,678.83	1,856,446.71	2,042,091.38	2,246,300.52

Como se puede observar en la tabla de utilidad antes de impuestos en el primer año se obtuvo una utilidad de \$1,534,253.48 lo que al aumentarle un 10% de

la variación anual que pueda tener la empresa da una utilidad de \$1,687,678.83 y así sucesivamente hasta proyectarlo en 5 años.

4.5 ANALISIS DE RESULTADOS

La empresa JUGO CONCENTRADO S.A. DE C.V., inició con un capital de \$690, 000 el cual cada socio apporto la cantidad de \$230,000; para poder recuperar la utilidad antes de impuestos mensuales, se realiza una sustracción de las ventas con los gastos mensuales; lo cual da como resultado \$102,187.79 de utilidad antes de impuestos mensualmente. En la tabla 10 se muestra cuál será el margen de recuperación de capital.

Tabla 10. Recuperación.

	Mensual
Ventas mensuales	442,350
Gastos mensuales	340,162.21
Utilidad antes de impuestos	102,187.79

Utilidad antes de impuestos: \$102,187.79x 31%: \$31,678.21

Ahorro mensual: \$31,678.20x 22 meses: \$696,920.62

La empresa comercializadora JUGO CONCENTRADO S.A. DE C.V. obtuvo una utilidad antes de impuestos mensual de \$102,187.79 lo cual con el 31% de la utilidad se obtuvo un ahorro mensual de \$31,678.20, lo que permite recuperar el capital inicial en 1 año 10 meses (\$696,920.40).

CONCLUSIONES

El jugo de naranja es un producto que tiene una alta demanda a nivel internacional por sus altas propiedades que contiene como la vitaminas A, B2, B1, B6 y C; aluminio, calcio, bario, cadmio, cobre, cromo, hierro, magnesio, fósforo, potasio, sodio, zinc. La naranja es un fruto cítrico que tiene propiedades curativas porque es ácida, y este ácido es depurativo y oxidante, desinfectante y microbicida. Una larga lista de enfermedades y acciones favorables son las que hacen que su jugo sea, además de dulce y refrescante, una bebida consentida por el cuerpo.

De la presente investigación se desprenden una serie de conclusiones relevantes no tan sólo para entender el papel de la importancia del jugo de naranja sino para conocer la importancia que tiene por su alta riqueza nutrimental. Existen numerosas variedades de naranjas con particularidades en su sabor, jugosidad, tamaño, condiciones de cultivo, entre otros. La naranja es una fruta de mesa, aunque también existen las de zumo. Hay dos especies de naranjas principales, cada una con sus variedades que se diferencian entre sí por el sabor: las naranjas dulces son las naranjas de mesa, y las naranjas amargas son más ácidas, no se suelen consumir en crudo y se reservan para la elaboración de mermeladas y de aceites esenciales.

No se puede llevar a cabo una exportación de Jugo Congelado Concentrado de Naranja sin cumplir con los documentos necesarios para realizar con éxito un proyecto de exportación de este producto, como lo son estar dados de alta en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para que se pueda otorgar el RFC correspondiente a la empresa, estar dado de alta en el Padrón de Exportadores, la exportación debe contener una Carta de Encomienda así como su factura, lista de empaque y un Pre BL, ya que sin estos documentos no será posible realizar la exportación.

La empresa JUGO CONCENTRADO es una Sociedad Anónima de Capital Variable se crea con la necesidad de realizar un proyecto de Plan de Negocios para

Exportación analizando mercados de acuerdo al gusto y preferencia del consumidor final. Obteniendo como resultado la exportación de Jugo congelado concentrado de Naranja al mercado Japonés. La visión de la empresa es, ser una empresa exitosa y rentable en la comercialización y distribución de jugo concentrado congelado de naranja en México y el mundo con un alto concepto en servicio al cliente, brindando calidad en su producto.

La imagen de la empresa es el signo de identidad, la firma única que tiene cada empresa que permite darle una personalidad y distinción sobre la competencia; la cual hace que permanezca en la mente del consumidor actuando como uno de los principales elementos de fidelización o de venta. El logotipo estará presente en toda la papelería comercial, ya sean cartas, membretes, facturas, tarjetas personales, publicidades, entre otras. JUGO CONCENTRADO es una empresa cuya característica es la calidad, frescura. Eso es lo que se pretende proyectar al mercado con el logotipo; un cierto toque de vida y sea apetecible para el consumidor, el eslogan transmite una confiabilidad en el producto. Todos estos aspectos son necesarios para permanecer en la mente del consumidor.

La investigación de mercado se realizó en Tokio, Japón y se investigó que lo consumen por su ritmo de vida ya que es una de las ciudades de Japón que tiene millones de habitantes de diferentes países del mundo; lo cual permite que este producto sea más rentable debido a que va dirigido a personas de edades y sexo indistinto y la propia cultura popular ha mantenido por mucho tiempo la idea de tener una vida saludable. Este producto es destinado a la industria de productos para el consumo humano.

México es un exportador de jugo de naranja, gracias a ser uno de los principales productores mundiales de esta fruta, el aporta el 8.50% de la producción mundial con un volumen de 4.3 millones de toneladas. México, Brasil y Estados Unidos son los principales productores mundiales de esta fruta. En los últimos años el saldo positivo de la balanza se ha incrementado a más del doble, lo que muestra la importancia de este producto mexicano en el exterior.

Por lo tanto, la empresa *JUGO CONCENTRADO* decidió segmentar su mercado de acuerdo al producto que ofrece; va dirigido a personas que viven en cualquier situación geográfica ya sea país, ciudad o comunidades no importa el tamaño o su densidad; personas residentes en zonas templadas con una humedad relativa al 63%; por lo cual el sexo y la edad de las personas es indistinto ya que es un producto de consumo humano que permite cuidar la salud y su alimentación que contiene un alto poder de vitaminas y minerales así como sus antioxidantes; por lo tanto es un producto que lo puede consumir la familia sin importar la raza, la educación y el estilo de vida.

BIBLIOGRAFÍA

- Academy, P. (16 de enero de 2012). *packsys*. Recuperado el 24 de octubre de 2020, de envase, empaque y embalaje: <http://www.packsys.com/blog/envase-empaque-embalaje/>
- Ariel, O., & Elms, R. (06 de enero de 2021). *Reporte de la USDA sobre la producción anual de cítricos de México: Naranja fresca*. Recuperado el 22 de mayo de 2021, de <https://www.inforural.com.mx/reportes-de-la-usda-sobre-la-produccion-anual-de-citricos-de-mexico-naranja-fresca/>
- Castro Hernández, F. (05 de marzo de 2019). *Marco jurídico del Comercio Exterior en México. Parte I*. Recuperado el 01 de julio de 2021, de <https://www.soyconta.com/marco-juridico-del-comercio-exterior-en-mexico-parte-1/>
- Cruzecitas. (25 de noviembre de 2012). *clubEnsayos*. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de investigación inversión fija y diferida: <https://www.clubensayos.com/negocios/investigacion-inversion-fija-y-diferida/441524.html>
- DOF. (9 de diciembre de 2013). *Ley Aduanera*. Recuperado el 7 de octubre de 2020, de Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión: http://omawww.sat.gob.mx/moa/Paginas/ley_aduanera.html#:~:text=%2D%20Esta%20Ley%2C%20las%20de%20los,de%20%C3%A9ste%20o%20de%20di%20cha
- DOF. (9 de agosto de 2019). *Constitucion Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado el 7 de octubre de 2020, de Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Scretaria de Servicios Parlamentarios: <https://mexico.justia.com/federales/constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos/>
- Endalia.com. (06 de julio de 2020). *El valor estratégico del organigrama de empresa: claves y modelos*. Recuperado el 16 de octubre de 2020, de <https://www.endalia.com/news/2020/07/organigrama-empresa/>
- Exportador, D. d. (S.F.). *portal especializado en comercio exterior y gestion de los negocios internacionales*. Recuperado el 22 de octubre de 2020, de que es el precio de exportación y como se determina: <https://www.diariodelexportador.com/2020/03/que-es-el-precio-de-exportacion-y-como.html>
- FEDERACIÓN, D. D. (28 de agosto de 2009). *V. lex*. Recuperado el 12 de junio de 2021, de Información jurídica vigente: <https://vlex.com.mx/vid/jugos-preenvasados-denominaciones-fisicoquimicas-65405313>

- Feijó Alvarez, A. (20 de enero de 2020). *auren*. Recuperado el 21 de octubre de 2020, de las aportaciones de los socios y el beneficio distribuible: <https://auren.com/es/blog/las-aportaciones-de-socios-y-el-beneficio-distribuible/>
- Fijos, C. (S.F.). *aquellos costos que la empresa siempre debe cancelar*. Recuperado el 21 de octubre de 2020, de que son los costos fijos: <https://enciclopediaeconomica.com/costos-fijos/>
- Garza, J. G. (S.F.). *administración contemporánea*. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de licencias y permisos para iniciar una empresa en Mexico: <https://www.mty.itesm.mx/daf/deptos/or/or00-811/Nlicencias.pdf>
- Griska. (8 de agosto de 2019). *Carta Encomienda*. Recuperado el 24 de octubre de 2020, de <http://www.griska.com.mx/carta-encomienda/>
- jhonanalisisdecostos. (S.F.). *análisis de costos una puerta para visualizar el futuro*. Recuperado el 21 de octubre de 2020, de análisis de costos.
- Juridico, O. (S.F.). *orden jurídico ART 131*. Recuperado el 7 de OCTUBRE de 2020, de gobernación: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/articulos/131.pdf>
- Lara, S. (4 de JUNIO de 2018). *La calidad*. Recuperado el 10 de JUNIO de 2021, de La calidad: <http://www.fao.org/3/x5062s/x5062S09.htm>
- Lisboa, R. (3 de julio de 2019). *rockcontent*. Recuperado el 14 de octubre de 2020, de que son los valores de una empresa y cuales son los principales: <https://rockcontent.com/es/blog/valores-de-una-empresa/>
- Lopez, B. (16 de enero de 2017). *Origen e historia de la naranja*. Recuperado el 10 de julio de 2021, de uncomo: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/comida/articulo/origen-e-historia-de-la-naranja-44057.html>
- Milner, R., Bartlett, R., Bender, A., Forge, S., Mclachlan, C., Morgan, K., . . . D'Arc Taylor, S. (12 de octubre de 2008). *Guía Lonely planet- Japón 7* (1ra. ed.). geoPlaneta. Recuperado el 12 de octubre de 2020, de la enciclopedia libre: <https://es.wikipedia.org/wiki/Tokio>
- Montalvo, A. (3 de diciembre de 2019). *Qué es el RFC*. Recuperado el 23 de octubre de 2020, de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/que-es-el-rfc-20191203-0084.html>
- Nicole Rondán, P. (S.F.). *economipedia, haciendo fácil la economía*. Recuperado el 17 de octubre de 2020, de análisis financiero: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>
- Nuño, P. (17 de julio de 2017). *emprede pyme*. Recuperado el 21 de octubre de 2020, de costes variables: <https://www.empredepyme.net/costes-variables.html>

- Ortiz, A. (11 de noviembre de 2020). *Qué es un pedimento aduanal. Tipos, formato y ejemplo*. Recuperado el 23 de octubre de 2020, de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/pedimento-aduanal>
- Paéz, G. (S.F.). *economipedia*. Recuperado el 23 de octubre de 2020, de conocimiento de embarque bill of lading: <https://economipedia.com/definiciones/conocimiento-de-embarque-bill-of-lading.html>
- Peiro, R. (S.F.). *ECONOMIPEDI haciendo facil la economia*. Recuperado el 16 de octubre de 2020, de logotipo: <https://economipedia.com/definiciones/logotipo.html>
- Pineda, A. (10 de abril de 2018). *El cultivo de la naranja*. Recuperado el 3 de octubre de 2020, de <https://www.monografias.com/trabajos82/cultivo-naranja/cultivo-naranja2.shtml>
- Polanco Zambrano, D. A. (8 de octubre de 2017). *Naranja, características, variedades, propiedades y beneficios. Naranja árbol*. Recuperado el 2 de octubre de 2020, de naturaleza pasadais: <https://naturaleza.paradais-sphynx.com/plantas/tipos-de-frutas/naranja-tipos-beneficios-naranja-arbol.htm>
- PROMEXICO. (14 de marzo de 2018). *gobierno de mexico*. Recuperado el 17 de octubre de 2020, de arigato, tokio mexico y su exito en foodex japan 2018: <https://www.gob.mx/promexico/articulos/arigato-tokio-mexico-y-su-exito-en-foodex-japan-2018>
- PROMEXICO. (2021). *Contratos Internacionales*. Recuperado el 29 de mayo de 2021, de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54288/ContratosDeCompraventaInternacional.pdf>
- Riquelme, M. (30 de octubre de 2019). *Objetivos generales*. Recuperado el 14 de octubre de 2020, de <https://www.webyempresas.com/objetivos-generales/>
- Riquelme, M. (2 de julio de 2020). *¿Qué son las Políticas de la empresa?* Recuperado el 14 de octubre de 2020, de [webyempresas.com: https://www.webyempresas.com/politicas-de-la-empresa/](https://www.webyempresas.com/politicas-de-la-empresa/)
- Roncancio, G. (24 de mayo de 2018). *Que es la planeacion estrategica*. Recuperado el 13 de octubre de 2020, de <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Rus Arias, E. (10 de abril de 2020). *Objetivos de una empresa*. Recuperado el 14 de octubre de 2020, de [Economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/objetivos-de-una-empresa.html#:~:text=Los%20objetivos%20de%20una%20empresa,disponibles%20presentes%20y%20los%20previsibles.&text=De%20esta%20forma%2C%20la%20empresa,qu%C3%A9%20camino%20tomar%C3%A1%20para%20hacerlo](https://economipedia.com/definiciones/objetivos-de-una-empresa.html#:~:text=Los%20objetivos%20de%20una%20empresa,disponibles%20presentes%20y%20los%20previsibles.&text=De%20esta%20forma%2C%20la%20empresa,qu%C3%A9%20camino%20tomar%C3%A1%20para%20hacerlo)

- Sáenz Pérez, C. A., Osorio Hernández, E., Estrada Drouaillet, B., Poot Poot, W. A., Delgado Martínez, R., & Rodríguez Herrera, R. (28 de septiembre - 11 de noviembre de 2019). Principales enfermedades en cítricos. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 10(7), 1653-1665. Recuperado el 4 de OCTUBRE de 2020, de <https://www.agromatica.es/plagas-del-naranja/>
- Sanchez de los Santos, K. (S.F). *ley de comercio exterior*. Recuperado el 8 de OCTUBRE de 2020, de ley de comercio exterior: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Ley_de_comercio_exterior.pdf
- Sanchez Heredia, P. (3 de mayo de 2018). *elmundoecologico.es*. Recuperado el 2 de octubre de 2020, de el mundo ecologico: <https://www.elmundoecologico.es/gastronomia-ecologica/usos-y-beneficios-naranja/#:~:text=Adem%C3%A1s%20se%20usa%20para%20la,todo%20nos%20aporta%20interesantes%20beneficios.>
- SAT. (14 de abril de 2020). *Factura de Comercio Exterior*. Recuperado el 23 de octubre de 2020, de Secretaría de Hacienda y Crédito Público: <https://www.sat.gob.mx/consultas/61165/comprobante-de-comercio-exterior>
- Secretaría de Economía. (28 de agosto de 2009). *NORMA Oficial Mexicana NOM-173-SCFI-2009, Jugos de frutas preenvasados-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba*. Recuperado el 31 de mayo de 2021, de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:izHvT9GS2KgJ:dof.gob.mx/nota_to_doc.php%3Fcodnota%3D5107330+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=mx
- SEGOB. (S.FF de S.F de S.F). *Diario Oficial De La Federación*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de Secretaria De Gobernación: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5611285&fecha=11/02/2021
- Seminis. (23 de febrero de 2016). *¿Qué Es Y Cómo Tramitar Un Certificado Fitosanitario Internacional?* Recuperado el 24 de octubre de 2020, de <https://www.seminis.mx/blog-que-es-y-como-tramitar-un-certificado-fitosanitario-internacional/>
- Senado de la República. (29 de junio de 2020). *Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, avanza en el Senado*. Recuperado el 23 de octubre de 2020, de Senado de la República. Coordinación de Comunicación Social: <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/48516-ley-de-los-impuestos-generales-de-importacion-y-exportacion-avanza-en-el-senado.html#:~:text=El%20documento%20asegura%20que%20la,de%20las%20mismas%20para%20la>
- Sevilla Arias, A. (29 de mayo de 2012). *Logística*. Recuperado el 13 de octubre de 2020, de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/logistica.html>

- Sheley, P. (7 de noviembre de 2019). *marketing*. Recuperado el 13 de octubre de 2020, de analisis foda: <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- SIICEX. (7 de marzo de 2019). *Clasificación Arancelaria, Jugo de naranja*. Recuperado el 24 de octubre de 2020, de CAAAREM: <http://www.siicex-caaarem.org.mx/bases/tigie2007.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510b2e/8171c638e2b81205862573020072b2d8?OpenDocument>
- SNICE. (s.f.). *Lista de empaque*. Recuperado el 27 de mayo de 2021, de <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/listaempaqueeexpo.html>
- Sy Corvo, H. (S.F.). *lifeder*. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de administracion y finanzas: <https://www.lifeder.com/inversion-inicial/#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20inicial%20en%20una,empresa%20para%20iniciar%20el%20negocio.&text=La%20inversi%C3%B3n%20inicial%20para%20una,para%20la%20compra%20de%20activos>
- Tiba Group. (2 de junio de 2020). *Incoterms 2020*. Recuperado el 24 de octubre de 2020, de tiba: <https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020?lang=es>
- Tokoro, Y. (7 de abril de 2006). México y Japón: una perspectiva del Acuerdo de Asociación Económica. *Economía UNAM*, 3(7). Recuperado el 8 de julio de 2021, de UNAM: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2006000100003
- Vargas Garcia, V. (15 de mayo de 2015). *Plagas del naranjo y sus enfermedades*. Recuperado el 4 de octubre de 2020, de agricultores.es: <http://agricultores.com/plagas-del-naranjo-y-sus-enfermedades/>
- Wikifarmer.com. (2017). *Requisitos del clima y suelo del naranjo*. Recuperado el 3 de OCTUBRE de 2020, de wikifarmer.com: <https://wikifarmer.com/es/requisitos-de-clima-y-suelo-del-naranjo/>
- Zamora Torres, A. I. (2018). Logística del comercio internacional de la región de la Cuenca del Pacífico a través del Análisis Envoltante de Datos Network. *Contaduría y administración*. Scielo, 1-18. Obtenido de Kigística y Transporte: <https://www.beetrack.com/es/blog/que-es-la-logistica-internacional>

ANEXOS

ANEXO 1. RFC



ANEXO 2 PEDIMENTO

REF: REF12345 Usuario:ADMIN

PEDIMENTO										Pagina 1 de 1					
NUM. PEDIMENTO: 09 24 3374 9010091		T.OPER: IMP		CVE. PEDIMENTO: A1		REGIMEN: IMD		CERTIFICACIONES							
DESTINO/ORIGEN: 9		TIPO CAMBIO: 10.3028		PESO BRUTO: 15000.0		ADUANA E/S: 240									
MEDIOS DE TRANSPORTE				VALOR DOLARES: 112385.0											
ENTRADA/SALIDA: 7		ARRIBO: 7		SALIDA: 7		VALOR ADUANA: 0.0									
				PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL: 1153914.0											
DATOS DEL IMPORTADOR/EXPORTADOR															
RFC: GVC831027B12		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: GIGANTE AZUL S A DE CV													
CURP: VAMV550113MDFLNR01															
DOMICILIO: AVENIDA PASEO DE SOLIDARIDAD 5 11051 COL. ESFUERZO OBRERO, IRAPUATO GUANAJUATO C.P.36680 GUA, MEX															
VAL. SEGUROS		SEGUROS		FLETES		EMBALAJES		OTROS INCREMENTABLES							
0.0		10.0		10.0		10.0		3967.0							
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION: ----						CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO: 240									
						NUEVO LAREDO, TAMAULIPAS									
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS: MARCAS NUMEROS Y BULTOS DEL PEDIMENTO															
FECHAS				TASAS A NIVEL PEDIMENTO											
ENTRADA		01/07/20		CONTRIB.		CVE. T. TASA		TASA							
PAGO		03/08/20		15 PRV		2		140.00000							
EXTRACCION		03/08/20		2 C.C.		1		1.10000							
PRESENTACION		03/08/20		7 REC.		1		14.69000							
				8		3		2.20000							
				9 OTROS		8		3.40000							
CUADRO DE LIQUIDACION															
CONCEPTO		F.P.	IMPORTE		CONCEPTO	F.P.	IMPORTE		TOTALES						
DTA		0	9263		MULT.	5	161000		EFECTIVO 0.0						
PRV		0	161		C.C.	3	35161		OTROS 0.0						
IVA		2	459263		ISAN	1	1887128		TOTAL 0.0						
REC.		0	17128												
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR															
ID.FISCAL		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL				DOMICILIO				VINCULACION					
41-1838090		GENERAL MILLS OPERATIONS, LLC				GENERAL MILLS BLVD 1 55426 MINNEAPOLISMN				SI					
NUM. FACTURA		FECHA		INCOTERM	MONEDA FACT	VAL.MON.FACT		FACTOR MON.FACT		VAL.DOLARES					
123456		31/05/2008		DAF	USD	112000.0		1.00000000		112000.0					
TRANSPORTE				IDENTIFICACION:				PAIS:							
TRANSPORTISTA:						RFC: 12									
CURP: 56						DOMICILIO/CIUDAD/ESTADO: C.P. ,									
NUMERO DE CANDADO:		CANDADOS													
1RA. REVISION															
2DA. REVISION															
PARTIDAS															
SEC	FRACCION	SUBD.	VINC.	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P.V/C	P.O/D	CON	TASA	T.T.	F.P.	IMPORTE
DESCRIPCION															
VAI ADU/USD			IMP. PRECIO PAG.			PRECIO UNIT.			VAL. AGREG.						
MARCA			MODELO			CODIGO PRODUCTO									
001	39041001	0	0	1	1	12500.0	1	12500.0	USA	USA					
POLICLORURO DE VINILO (P.V.C.) OBTENIDO POR EL PROCESO DE POLIMERACION EN EMULSION QUE EN DISPERSION (50% RESINA Y 50% DOCTILFTALATO) TENGA UNA FINURA DE 7 HEGMAN MINIMO															
930439.0			927252.0			74.18			20000.0						
marca			modelo			codigo producto									
OBSERVACIONES A NIVEL PARTIDA															
ORDEN:1															
AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACEN						DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA:									
NOMBRE O RAZ. SOC.: FALTA						PATENTE O AUTORIZACION:									
RFC: FALTA						CURP: FALTA						3374			
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO: FALTA															
FIRMA ELECTRONICA AVANZADA: FALTA															
PROFORMA												DESTINO/ORIGEN: INTERIOR DEL PAIS			

ANEXO 3. CONOCIMIENTO DE EMPAQUE

To be used also as PORT TO PORT B/L		B/L No. 1040		SHIPPER	
		TEXMEN, S.L. C/ SAN JOSÉ PERALES, 85 46870 ONTENIENTE (VALENCIA) SPAIN			
		CONSIGNEE			
NOTIFI PARTY		TO THE ORDER OF JORDAN NATIONAL BANK.			
MOHAMED ABU AND ZIYAD AL MOUTHASEB AND PARTNERS FOR TRADE AND INVESTMENT CO., 23, P.O. BOX 66608 EAST JERUSALEM ISRAEL					
CARRIER: ATLANTICA S.p.A DI NAVIGAZIONE					
PLACE OF ACCEPTANCE:		PORT OF LADING: VALENCIA SPAIN	VESSEL: EMMA MAERSK	VOYAGE: 46	
PORT OF DISCHARGE: AHSDOD PORT		PLACE OF DELIVERY:	FINAL DESTINATION: ASHDOD		
Marks and numbers	Packages	Description of Goods		Weight declared	Measurement
GRIU 110.329-8 27546825 CLEAN ON BOARD 08/FEB/2012 AGENCIA MARITIMA CONDEMINAS VALENCIA, S.A.		1x20' CONTAINER FCL/FCL SHIPPER LOAD STOW AND COUNT HOUSE/HOUSE 110 CARTONS BLANKETS 100% COTTON, DELIVEY TERMS CFR ASHDOD GOODS TO BE SHIPPED WITH CONFERENCE LINE SHIPMENT FROM: SPAIN TO ASHDOD PORT FREIGHT PREPAID. SAID TO CONTAIN SHIPPERS LOAD, STOW AND COUNT, UNSTOWING AND HANDLING CHARGES ON ACCOUNT OF GOODS.		P 1800 KGS T 2000 KGS ----- 3800 KGS	
Freight & Charges		Rate	Amount	Prepaid	Collect
Total No. of Packages for LCL		Total No. Of Containers for FCL		Total Charges	
Freight payable at PREPAID		Place and date of issue VALENCIA 8/FEB/2012		No. of Original B/L THREE	
Signature AGENCIA MARÍTIMA CONDEMINAS VALENCIA S.A.					

ANEXO 4. FACTURA

EMPRESA EXPORTADORA Dirección: Teléfono/Fax: E-mail:		RUC. No. 20100452112 FACTURA/INVOICE N° 001- 000001		
EMPRESA IMPORTADORA Dirección: Teléfono/Fax: E-mail:		Orden de Compra N°: Conocimiento de Embarque N°:		
La mercandía ha sido enviada en: Dimensiones Embalaje: Peso Bruto: Peso Neto: Vía:				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍAS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
INCOTERMS:		TOTAL FACTURADO:		

Firma del Remitente

Fecha

Declaramos bajo juramento que todos los datos que contiene esta factura son el fiel reflejo de la verdad y que todos los precios indicados son los realmente pagados (o a pagarse). Declaramos en igual forma que no existen convenios que permitan alteraciones en estos precios.

ANEXO 5. CONTRATO

MODELO DE CONTRATO DE EXPORTACIÓN



Descargue ejemplo de Contrato de Exportación en formato Word. Rellene los espacios en blanco y elija las cláusulas de este contrato internacional que mejor se adaptan a sus necesidades.

FECHA:

DE UNA PARTE,

..... [denominación social de la empresa], con domicilio en [dirección, ciudad y país] y número de identificación/registro fiscal, representada por [nombre y apellidos, cargo] (en adelante, "el Vendedor"),

Y DE OTRA,

..... [denominación social de la empresa], con domicilio social en [dirección, ciudad y país] y número de identificación/registro fiscal, representada por [nombre y apellidos, cargo] (en adelante, "el Comprador").

Ambas Partes declaran que tienen interés en realizar operaciones de compraventa de productos a las que se refiere el presente Contrato y acuerdan lo siguiente:

1. PRODUCTOS VENDIDOS

[Descripción de los productos: tipo de producto, características, cantidad, unidades, etc.].

.....
.....
.....

- 1.1 Se establece que cualquier información relativa a los productos y su uso, como el peso, dimensión, volumen, color, precio, así como cualquier otra información que pueda figurar en el catálogo, prospecto, circular, *newsletter*, publicidad o tarifa del Vendedor, no tendrá carácter contractual, a no ser que expresamente se haga referencia a ella en el Contrato.
- 1.2 Salvo disposición contraria, el Comprador no dispone de ningún derecho de propiedad industrial ni intelectual sobre los productos que se pongan a su disposición. El

ANEXO 6. CARTA ENCOMIENDA

AGENCIA ADUANERA DE AMÉRICA LC, S.C.

PATENTE: 9431

AUTORIZACIÓN NACIONAL: 964

A.A. BEATRIZ ROSAS BAUTISTA

PRESENTE

Yo **ISAURA CARRILO ROSAS** en nombre y representación de **JUGO CONCENTRADO S.A. DE C.V.** y con **RFC JUCO190924Y1**; empresa legalmente constituida según consta en escritura pública No. 10998 de fecha 18 de Noviembre de 2017; otorgada ante la fe del Notario Público No 26, en la ciudad de Monterrey, N.L., personalidad que se acredita con Instrumento notarial de fecha 20 de Enero del 2013, pasado ante la Fe del Notario Público Número 26 Lic. Gustavo Escamilla Flores en la ciudad de Lázaro Cárdenas Mich. el cual manifiesto no me ha sido revocado o modificado en forma alguna, por este conducto y con fundamento en los Artículos 18 y 18A del Código Fiscal de la Federación, 35, 40, 41, 53 fracción II, 54, 59 fracción III y 162 fracciones IV y VII inciso g), y 164 fracción III y demás relativos y aplicables de la Ley Aduanera en vigor, así como la Regla 2.13.2 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior en vigor, y para dar cumplimiento a las demás disposiciones legales aplicables y vigentes en esta fecha, informa a esa Autoridad que me he permitido conferir al Agente Aduanal:

A.A. BEATRIZ ROSAS BAUTISTA

Patente: 9431

Le **encomiendo** efectuar los trámites y gestiones necesarias para el despacho de (IMPORTACIÓN O EXPORTACIÓN) de mercancías consignadas a mi representada, por el periodo comprendido del 1° de enero del 2019 al 31 de enero de 2020. Así mismo manifiesto bajo protesta de decir verdad que las Facturas, Conocimientos de Embarque, Listas de Empaque, Certificados de Origen y cualquier otro documento o dato relacionado con la mercancía que importemos o exportemos contendrán los datos reales. Por lo anterior relevamos a usted Agente Aduanal de toda responsabilidad al respecto.

Sin más por el momento, le suplico dar el seguimiento adecuado a la encomienda contenida en el presente escrito y le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE

ISAURA CARRILLO ROSAS

REPRESENTANTE LEGAL

ISLA CERRALVO 3-13, COLONIA ISLA DEL CAYACAL.C.P. 60950 LAZARO CARDENAS MICH