

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Plan de Exportación de Reguladores de Crecimiento a Costa Rica

Autor: Jhoseline Cinthya Monroy Meza

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

**Nombre del asesor:
Lila Lisseth Govea Dueñas**

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

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

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





ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE REGULADORES DE
CRECIMIENTO A COSTA RICA”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

PRESENTA:
JHOSELINE CINTHYA MONROY MEZA

ASESOR
EM. LILA LISSETH GOVEA DUEÑAS

No. De acuerdo LCI 100843 CLAVE 16PSU0011T

MORELIA, MICHOACAN, OCTUBRE 2014

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
MARCO TEORICO	8
HISTORIA DE LOS REGULADORES DE CRECIMIENTO VEGETAL	8
1. LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE	10
1.1 Antecedentes de la empresa	11
1.2 Misión, visión, objetivos y metas	13
1.3 Valores de la empresa	14
1.4 Organización Actual y Equipo de trabajo	15
1.5 Portafolio de negocios	16
1.6 Cadena de valor y procesos medulares	17
1.7 Análisis FODA	19
2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO	20
2.1 Producto a Exportar.....	21
2.2 Descripción del producto	21
2.3 Clasificación arancelaria	24
2.4 Principales tipos de producto que vende	26
2.5 Competidores directos y/o indirectos	26
2.6 Mantenimiento y respaldo al producto	26
2.7 Diagrama de proceso	27
2.8 Costos de fabricación y adquisición	28
2.9 Valor de cliente y ventajas competitivas	28
2.10 Normas y controles de calidad	29
3. SELECCIÓN DEL MERCADO META	31
3.1 Situación actual de la industria	32
3.2 Selección del país meta	35
3.3 Aspectos cualitativos del mercado	36
3.4 Aspectos cuantitativos del mercado	49
3.5 Barreras de acceso al mercado	49
3.6 Detección de oportunidades y amenazas	55
4 ASPECTOS OPERACIONALES	56
4.1 Definición de objetivos y metas en el mercado seleccionado	57

4.2 Adecuaciones de la mezcla de mercadotecnia	57
4.3 Estrategias de entrada al mercado	59
4.4 Cotizaciones, Incoterms, transporte y seguros	60
4.5 Envase y embalaje	63
4.6 Transporte y seguros	65
4.7 Plan Operativo	66
4.8 Plan de estiba	67
4.9 Documentos y trámites.....	67
4.10 Contratos y formas de pago	68
4.11 Programa de actividades a corto plazo	69
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	70
ANEXOS	72
BIBLIOGRAFÍA	108

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por darme la oportunidad de vivir y hacer realidad una meta mas de mi vida.

A mis padres, quienes me han apoyado a lo largo de mi carrera creyendo y depositando su confianza en mi.

A mis hermanos, por su comprensión y apoyo a lo largo de mi vida.

Andrés, quien estuvo siempre conmigo en las buenas y las malas y me apoyo cuando mas lo necesitaba.

A mis maestros y directora, quienes me brindaron parte de su experiencia y conocimiento adquirido a lo largo de su vida.

INTRODUCCIÓN.

Hoy en día, el mercado en desarrollo se está integrando más a nivel internacional, cada país lo está haciendo en distinto grado y a distinto ritmo; y existe una creciente competencia internacional entre los países para participar en los mercados internacionales.

La globalización tiene repercusiones en estos países y brinda nuevas oportunidades; sin embargo les plantea también grandes desafíos, es por ello que el éxito de la integración de estos en la economía mundial acentuará más la diferencia entre los que muestran un desempeño económico eficiente y quienes no lo hagan.

HIPOTESIS

Objetivos Específicos

- Identificar nuevos mercados para la introducción de Phyto hormonal Plus.
- Identificar la Oferta del producto.
- Conseguir mayores volúmenes de venta en el país meta.
- Posicionamiento en el mercado internacional como una empresa competitiva y de vanguardia con la línea de productos orgánicos.
- Indagar nuevas fuentes y/o proveedores.

Problemas

- Localizar puntos clave en el mercado.
- Focalizar nuevas estrategias para la inserción de Phyto Hormonal Plus en el mercado.
- Diversificar los proveedores y así mismo los canales de distribución para Phyto Hormonal Plus.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

- ¿Cómo identificar los puntos débiles del mercado?
- ¿Cómo introducir el Phyto Hormonal Plus a Costa Rica?
- ¿Cómo localizar fuentes y/o canales de distribución para Phyto Hormonal Plus?
- ¿Cómo abastecer de manera eficiente a los proveedores?
- ¿Cómo es la demanda del producto en este mercado?

PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN.

JUSTIFICACIÓN.

Con este trabajo se identificará y se buscará soluciones a las necesidades de la empresa y a su vez introducirse en el tema de las exportaciones que es la principal necesidad de la empresa. Asimismo, conocer el ámbito de las exportaciones, saber sus formas, características, requisitos que debe cumplir la empresa y los procedimientos que debe seguir para llevar a cabo las exportaciones y conocer los reglamentos y lineamientos para concretar de una manera eficaz y correcta la exportación de los productos.

VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Económicamente si es viable y costeable ya que la empresa tomará como inversión todos los gastos que a su vez le dará una meta a corto y mediano plazo para que a empresa expanda su mercado y a distribución de sus productos eliminando la barrera de solo distribuir solo sus productos nacionalmente y esto beneficiara a la empresa por que tendrá miles de clientes nuevos, por tanto tendrá mucho mas ganancias en la venta de sus productos y esta inversión inicial hecha habrá dado frutos.

Físicamente es viable ya que actualmente existen diversas maneras, formas para exportar un producto lo cual le permite a la empresa exportar su producto de manera internacional.

Recursos Humanos es viable, ya que se cuenta con profesores capacitados en las áreas de comercio exterior, logística, mercadotecnia.

2. MÉTODO A UTILIZAR

- **ENFOQUE**

Mixto: Ya que es un proceso necesario e indispensable para solucionar la problemática de la empresa para la incursión de Phyto Hormonal Plus al mercado costarricense, será necesario tanto información cualitativa como cuantitativa.

- **ALCANCE**

Exploratoria: Se realizará un estudio para identificar la rentabilidad del producto y la incursión del mismo en el mercado costarricense.

Descriptiva: Se llevará acabo cada uno de los pasos para poder identificar la oferta y la demanda del producto así como su aceptación en el mercado costarricense.

Explicativa: Describir y relacionar las diferentes variables que existen en el país meta, así como explicar la importancia de la investigación e identificar las soluciones posibles del problema.

MARCO TEÓRICO.

HISTORIA DE LOS REGULADORES DE CRECIMIENTO.

A lo largo de la evolución los organismos han ido adquiriendo la capacidad necesaria para modular su actividad metabólica y asegurarse un desarrollo controlado. En 1900 Boinsen Jense. Estableció la existencia de sustancias que estimulan el crecimiento de raíces y tallos.

En 1928, Friedrich Went, botánico holandés, desarrolla el método de la avena germinada; dando a conocer la actividad de las hormonas de crecimiento.

En 1931-1934 Koge, sintetizo el primer regulador de crecimiento (Auxina).

En 1935 Laibach, aplica, auxina (regulador de crecimiento vegetal). Para estimular la producción de raíces.

- **REGULADORES DE CRECIMIENTO VEGETAL.**

La diferencia entre una hormona vegetal y un regulador de crecimiento, es que la primera es una sustancia producida en forma natural por la propia planta, mientras que el regulador es una hormona sintetizada químicamente y este provoca efectos similares a los producidos por la hormona natural.

Los reguladores de crecimiento vegetal son sustancias químicas capaces de regular de manera predominante los fenómenos fisiológicos de las plantas. Se requieren pequeñas cantidades de estos para producir efecto en los tejidos vegetales.

- **GRUPOS DE REGULADORES DE CRECIMIENTO VEGETAL.**

Existen 5 grupos conocidos los cuales son:

- AUXINAS.
- GIBERALINAS.
- CITOCININAS O CITOQUININAS.
- ETILENO.
- ACIDO ABSCISICO.

CAPITULO I

LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE

1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

DATOS GENERALES.

Empresa: PHYTO NUTRIMENTOS DE MEXICO, SA DE CV.

Tamaño: Microempresa.

Fecha de constitución: Finales de 1998.

Actividad: Formula e innova Bioreguladores, Reguladores de Crecimiento Hormonal, Enraizadores Enzimáticos, Regeneradores Celulares, Polinizadores, Energizantes, Fertilizantes Foliares y Productos Orgánicos.

Domicilio: Prol. Leona Vicario # 1355.
Col. El chirimoyo.
C.P. 61250 Maravatío, Mich.

TEL: (447) 478 16 02.

FAX : (447) 478 14 27.

1.1.1 HISTORIA

Phyto Nutrimentos de México S.A. de C.V. fue fundada en el estado de Michoacán a finales del año de 1998. Siendo desde sus inicios una empresa especializada en Nutrición Vegetal.

Para el año 2000, Phyto Nutrimentos de México S.A. de C.V. ya había realizado importantes alianzas de negocio, impulsadas por una considerable demanda en el mercado agrícola, en los estados de Michoacán, Edo. de México, Morelos, Guerrero, Puebla, San Luis Potosí, Guanajuato y Jalisco.

En el año 2002 lanza nuevos productos al mercado, cumpliendo con los más altos estándares de calidad, y esto ha permitido que en este año la empresa tenga una expansión territorial a nivel nacional. Cabe mencionar que todos los productos cuentan con registro sanitario ante COFEPRIS.

Para el año 2005 se implementó un operativo de reingeniería empresarial, con lo cual se incrementó en forma considerable la generación de empleos.

En el año 2008 inicia las exportaciones de su amplia gama de productos a Centro y Sudamérica, con excelentes resultados en dichos países.

A inicios del 2012 Phyto Nutrimentos de México, crea una subdivisión de Productos orgánicos basada en la producción de microorganismos benéficos, para combatir enfermedades y plagas en los cultivos agrícolas.

A principios de 2013 inaugura un laboratorio de Biotecnología Agrícola con tecnología de punta.

1.2 MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y METAS.

1.2.1 MISIÓN.

La misión de Phyto Nutrimentos de México S.A de C.V principalmente es investigar, Desarrollar, Formular y Comercializar nutrición vegetal enfocada a mejorar la calidad y la producción agrícola, respetando al medio ambiente y su entorno.

1.2.2 VISIÓN.

- Ser líder Mundial en Nutrición Vegetal mediante la Investigación y Desarrollo de nuevos productos teniendo como base la calidad total.
- Una empresa con productos líderes y confiables para los clientes.
- Empresa innovadora que mira hacia el futuro.
- Un lugar excelente de trabajo.

1.2.3 OBJETIVOS

- 1 Posicionamiento en el mercado internacional como una empresa competitiva y de vanguardia con la línea de productos orgánicos.
- 2 Buscar nuevos mercados en otros países de Europa, Asia y África.
- 3 En el mercado Internacional incursionar el principal producto a exportar que será Phyto Hormonal Plus.
- 4 Conseguir mayores volúmenes de venta en el país meta.

1.2.4 METAS

- 5 Incrementar las ventas de los reguladores de crecimiento en un 20%.
- 6 En un año consolidar el lanzamiento al mercado de por lo menos tres productos nuevos e innovadores.
- 7 Contratar más personal de comercio exterior debido a la gran apertura que se tendrá en el mercado.

1.3 VALORES

Ética, Calidad, Servicio y la satisfacción total de nuestros clientes es nuestra principal razón de ser.

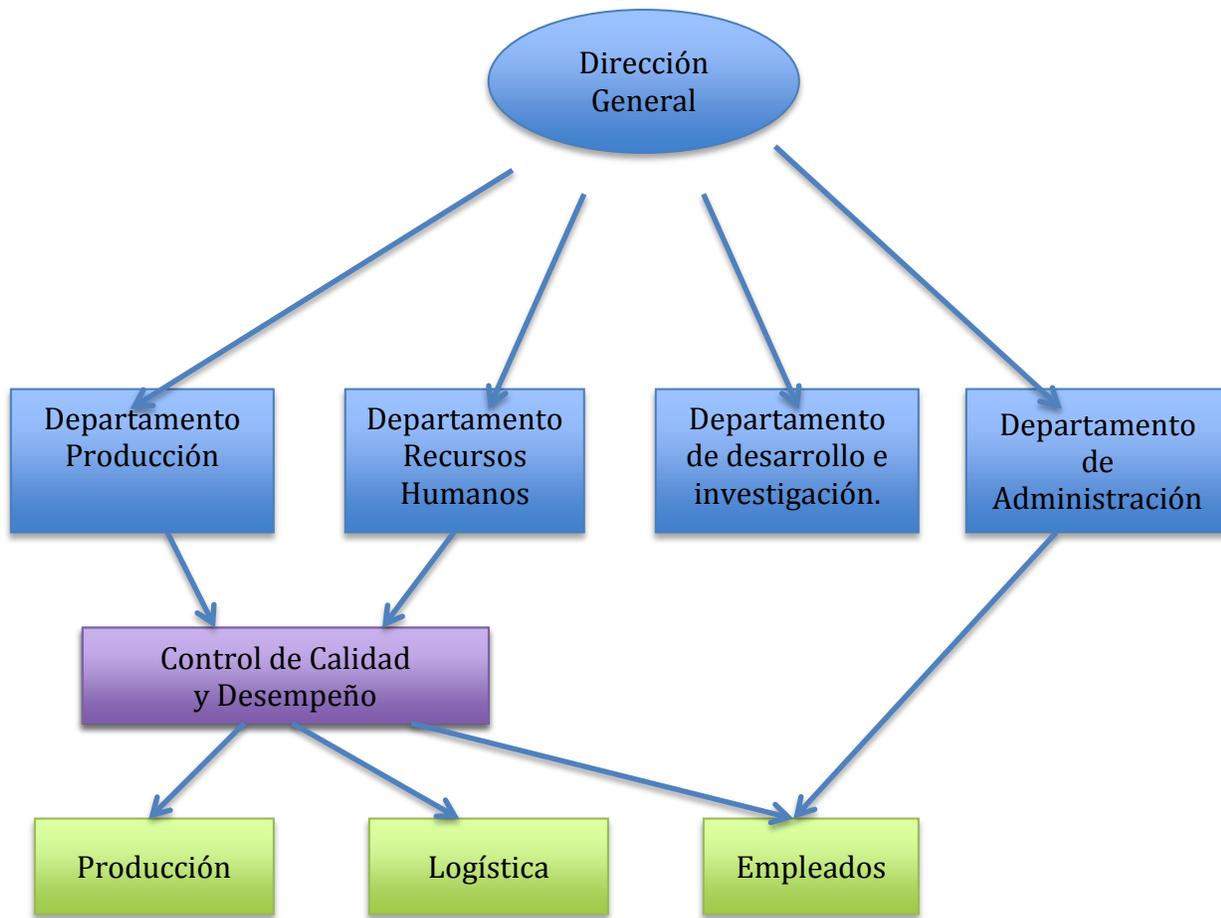
Su empeño en la excelencia de sus productos y equipo de trabajo, a través de procesos de mejora continua.

1.3.1 FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

En Phyto Nutrimientos de México, S.A. de C.V. se tiene como prioridad, anticipar las necesidades de sus clientes. Brinda un trato humano y de respeto en cada relación con sus clientes y proveedores, lo que garantiza relaciones estables y a largo plazo. La innovación y calidad son factores que determinan la buena presencia en el mercado de los productos de Phyto Nutrimientos de México, S.A. de C.V, es por eso que sus proveedores de materias primas son seleccionados y elegidos cuidadosamente.

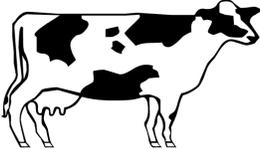
1.4 ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DE TRABAJO.

Figura 1.



1.5 PORTAFOLIO DE NEGOCIOS.

Cuadro 1. MATRIZ DE CRECIMIENTO - PENETRACIÓN

<p>Phyto Hormonal Anti-Stress Phyto Root.</p> 	<p>Línea Orgánica.</p> 
<p>Algamil, Madurall Súper Calcio Enervit</p>  	<p>Phyto Green, Phyto Grow.</p> 

Phyto hormonal se clasifica en el cuadrante de la estrella ya que es un producto que al aplicarlo en los cultivos tiene un resultado excelente y el efecto positivo en las plantas se ve a las 48 horas después de la aplicación y es por ellos que se ha posicionado como producto líder en el mercado.

La línea orgánica se clasifica en el cuadrante de la interrogación, por ser un producto nuevo, que no se sabe si va a tener una penetración significativa en el mercado.

1.6 CADENA DE VALOR Y PROCESOS MEDULARES.

- Proceso de producción.
- Proceso de envase.
- Proceso de embalaje y etiquetado.
- Proceso de desarrollo de productos nuevos.
- Proceso de inventarios.

1.6.1 ACTIVIDADES CREADORAS DE VALOR.

ACTIVIDADES PRIMARIAS:

- **LOGISTICA INTERNA.** Se tiene un departamento de logística el cual se encarga del suministro total del área de producción de materias primas, refacciones para la maquinaria, materiales de empaque y todo lo necesario para la producción de los reguladores de crecimiento.
- **OPERACIONES.** Se analizan en el laboratorio las materias primas y una vez aprobado por el departamento de control de calidad, se inicia su proceso en el área de producción y posteriormente se envasa, previa aprobación del departamento de control de calidad y se ingresa a el área de producto terminado.
- **LOGISTICA EXTERNA.** La empresa cuenta con camiones para llevar el producto terminado hasta el almacén del cliente y esto es

con la finalidad de que llegue en perfecto estado, de lo contrario utilizando una línea de transportes se maltrata mucho el embalaje.

- **MERCADOTECNIA Y VENTAS.** En esta área contamos con un equipo interdisciplinario que consta de un área de diseño de imagen, una de atención al cliente, otra área de ventas integrada por Ingenieros Agrónomos especialistas en nutrición vegetal, en donde se encuentra el siguiente personal:
 - Gerente Nacional de ventas.
 - Gerente Nacional de Investigación y desarrollo.
 - Jefes regionales de ventas.
 - Representantes de venta por región.
- **SERVICIO.** En esta área se integra con técnicos de campo, que realizan demostraciones de la eficacia de los productos, capacitación a los clientes, mediante conferencias y parcelas demostrativas por producto.

ACTIVIDADES DE APOYO.

- **ABASTECIMIENTO.** El equipo de trabajo esta siempre atento a alguna necesidad de cualquier material necesario para llevarse a cabo la producción y así no tener tiempos muertos y esto se realiza mediante el monitoreo constante de inventarios el cual se presenta semanalmente al área de compras.
- **DESARROLLO TECNOLÓGICO.** En esta empresa se cuenta con un departamento de Investigación y desarrollo, integrado por especialistas en el área, mediante el cual se generan constantemente productos innovadores para el posterior lanzamiento al mercado.

- **DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS.** Existe un área de Recursos humanos el cual tiene como labor principal la contratación de nuevo personal, así como todo lo relacionado a sueldos, seguro social y los procesos necesarios para el buen funcionamiento de esta área.
- **INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA.** La empresa cuenta con una nave industrial para la producción, un almacén de materias primas, un almacén de producto terminado, área de empleados, oficinas corporativas, área de Investigación y desarrollo, laboratorio de biotecnología, área de finanzas, área de compras, área de ventas.

1.7 ANALISIS FODA.

Cuadro 1.1.



CAPITULO II

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.1 PRODUCTO A EXPORTAR.

Phyto Hormonal Plus.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

Es un fitoregulador de crecimiento vegetal, con alto contenido de citocininas de aplicación foliar, el cual al ser aplicado incrementa el tamaño y uniformidad de frutos, mejora los procesos metabólicos y fisiológicos de las plantas, estimula la división celular y el crecimiento, promueve la expansión celular en cotiledones, hojas y el desarrollo de los cloroplastos.

El producto cuenta con ventajas competitivas claras que lo distinguen de la competencia; ya que esta al mejor precio, diseño, calidad, rapidez de entrega, facilidad de pago, la empresa cuenta con más variedad de productos de calidad.

2.2.1 PRESENTACIONES.

- Phyto Hormonal Plus. Garrafa 20 lts.
- Phyto Hormonal Plus. Garrafa 5 lts.
- Phyto Hormonal Plus. Botella 1 lt.
- Phyto Hormonal Plus. Botella 500 ml.
- Phyto Hormonal Plus. Botella 250 ml.

2.2.2 ¿CÓMO ACTÚA?

La aplicación de Phyto Hormonal plus intensifica la actividad de diferenciación y crecimiento celular con lo que se logra los procesos fisiológicos y metabólicos que se requieren en esos momentos para obtener frutos más grandes y de mejor calidad.

1. EFECTOS GENERADOS

- Aumenta el tamaño y uniformidad de frutos.
- Estimula la brotación de yemas laterales que en los cultivos como chile, tomate y tomillo son indispensables.
- Mejora los procesos fisiológicos y metabólicos de las plantas.
- Intensifica la actividad de diferenciación y crecimiento celular.
- Retrasa la senescencia o envejecimiento prematuro del cultivo.

Cuadro 2.

Citocininas	3000 ppm
Giberalinas	35 ppm
Auxinas	35 ppm
Cianocobalamina	0.01 ppm
Nitrógeno Ureico(N)	7.51 %
Ácidos carboxílicos	0.30 %

- ❖ **REGISTRO COFEPRIS.** RSCO 090/X/01 vigencia indeterminada.
- ❖ **LICENCIA SANITARIA.** 06 FNV 16 050 0006.

A. CARACTERISTICAS FISICOQUIMICAS.

Cuadro 2.1.

APARIENCIA	LIQUIDO COLOR ROJO
PUREZA	99.9%
PUNTO DE EBULLICIÓN	225-230 ° C
INPUREZAS	0.001% máx.
SOLUBILIDAD	100% SOLUBLE EN AGUA
PH	3.5 a 3.8
DENSIDAD	1.016 +_ 0.004 g/ml
TEMPERATURA ÓPTIMA DE APLICACIÓN:	20-25° C
PRESENTACION	250ml, 1 ,4 y 20 lts.

B. SUGERENCIAS DE USO FOLIAR.

Cuadro 2.1.1.

CULTIVO	DOSIS ml/lit agua
CHILE, TOMATE, BERENJENA TOMATE DE CASCARA	Aplicar de 1 a 2 ml./lt. de agua. Al amarre de los primeros frutos. Intervalo de aplicaciones a los 25 días y siempre después de cada corte.
VID	Aplicar 2 ml./lt. de agua. Al inicio de la Floración.
FRESA	Aplicar 1 a 2 ml./lt. de agua. Inicio de la floración y repetir cada 20 días.

PAPA Y CAMOTE	Aplicar 1 ml./lt. de agua. Inicio de tuberización. De 2 a 3 aplicaciones.
PAPAYA, SANDIA, MANGO MELON, PIÑA y CALABAZA	Aplicar 1 ml./lt. de agua. Inicio de la floración y durante la formación del fruto. Intervalo de aplicaciones cada 20 días
AGUACATE, DURAZNO, PERA, CIRUELA Y GUAYABA	Aplicar 1ml./lt. de agua. Al amarre de fruto. De 2 a 3 aplicaciones.

ORNAMENTATES	Aplicar 1 ml./lt. de agua. Al inicio de brotación después del pinch.
PLATANO Y COCOTERO	Aplicar 2 ml./lt. de agua. Al inicio de la formación del fruto y efectuar de 2 a 3 aplicaciones.
FRIJOL, HABA Y SOYA	Aplicar de 0.5 a 1 ml./lt. de agua. Al inicio de la floración y durante la fructificación.

CAÑA DE AZUCAR	Aplicar 1 ml./lt. de agua. Durante el desarrollo vegetativo.
TRIGO, AVENA, ARROZ y CEBADA.	Aplicar 1 ml./lt. de agua. Al amacolla miento y a la floración.
MANGO, CITRICOS Y AGUACATE.	Aplicar 1 ml./lt. de agua. A la caída del pétalo.

2.3 CLASIFICACION ARANCELARIA.

TARIFA DE LA LEY DE IMPUESTOS GENERALES A LA IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN. (TIGIE)

Cuadro 2.1.2.

Sección:	VI	Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas
Capítulo:	38	Productos diversos de las industrias químicas
Partida:	3808	Insecticidas, raticidas y demás antirroedores, fungicidas, herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento de las plantas, desinfectantes y productos similares, presentados en formas o en envases para la venta al por menor, o como preparaciones o artículos tales como cintas, mechas y velas, azufradas, y papeles matamoscas.
		- Los demás:
SubPartida:	380893	Herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores de crecimiento de las plantas
Fracción:	38089302	Reguladores de crecimiento vegetal

		Frontera				
Resto del territorio		Franja		Región		
Unidad de medida: kg	Arancel	IVA	Arancel	IVA	Arancel	IVA
Importación	Ex	16% *				16%
Exportación	Ex	0%				0%

* **Anexo 27:** Queda exenta del pago del IVA, la importación de esta mercancía cuando se destine para usarse en la agricultura o ganadería.

Cuadro 2.1.3. UNITED NATIONS STATISTICS DIVISION

CUCI Re. 3 código 591.3

ESTRUCTURA	
JERARQUIA	
Seccion:5	Productos químicos y productos conexos
Capitulo: 59	Materias y productos químicos.
Grupo 591	Insecticidas, raticidas, fungicidas, herbicidas, productos anti germinantes y reguladores del crecimiento de las plantas, desinfectantes y productos análogos, presentados en formas o envases para la venta al por menor o como preparados o artículos (por ejemplo, cintas, mechas y bujías azufradas y papeles matamoscas
Subgrupo 591.3	Herbicidas, productos anti germinantes y reguladores del crecimiento de las plantas, presentados en formas o envases para la venta al por menor o como preparados o artículos.

2.4 PRINCIPALES TIPOS DE PRODUCTOS QUE VENDE Y CONSECUENTEMENTE, TIPOS DE MERCADO QUE ACTUALMENTE SATISFACE CON SUS PRODUCTOS: DE CONSUMO, EMPRESARIAL O INDUSTRIAL, INSTITUCIONAL Y DE REVENTA.

Cuadro 2.1.4.

TIPOS DE MERCADO	MERCADOS ATENDIDOS ACTUALMENTE	MERCADOS DE EXPORTACION DESEABLES
De reventa	México, Guatemala, Ecuador, Perú, Republica Dominicana.	Costa Rica, Panamá, Colombia, Chile y Estados Unidos.

2.5 PRINCIPALES COMPETIDORES DIRECTOS Y/O INDIRECTOS.

Cuadro 2.1.5.

EMPRESAS COMPETIDORAS	PRECIO DE LA COMPETENCIA
FERBA INTERNACIONAL S.A DE C.V	\$ 420
NUTRIFERT	\$ 380

2.5.1 CLIENTES POTENCIALES

Grupo Roda es uno de mis principales clientes potenciales debido a que es una de las empresas mas importantes en Costa Rica y mayor distribución tiene en el país y Centro América y cuenta con los recursos financieros suficientes para comprar el producto que tanto demanda con el fin incrementar su producción en caso de las empresas o satisfacer una necesidad en caso de una persona.

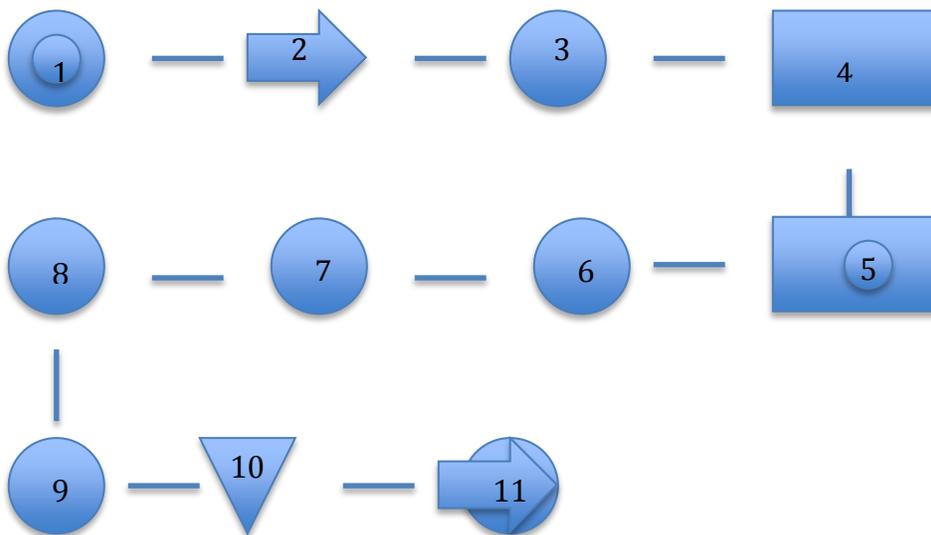
2.6 MANTENIMIENTO Y RESPALDO DEL PRODUCTO

La empresa esta certificada por parte de la Secretaría de Salud Federal a través de la dependencia COFEPRIS, ya que para poder comercializar los productos en la Republica Mexicana es necesario contar con un registro emitido por dicha dependencia , ofreciendo con esto, productos de calidad a nuestro clientes

respaldados y avalados por la dependencia antes mencionada. La empresa cuenta con un departamento técnico constituido por personal altamente calificado en el área y con esto ofrecemos una atención personalizada a nuestros clientes y con la cual ofrecemos confianza y seguridad.

2.7 DIAGRAMA DE PROCESO

Figura 2.



- 1.- Recepción de materia prima.
- 2.-Transporte.
- 3.-Mezclar materia primas a una mezcladora.
- 4.-Evaluacion de la mezcla por control de calidad.
- 5.-Verter a las tolvas de llenado previa aprobación e control de calidad.
- 6.-Envasado de producto.
- 7.-Etiquetado del producto.
- 8.-Codificado de producto.
- 9.-Colocar el producto en cajas.
- 10.-Alamcenamamiento del mismo en el almacén de producto terminado.
- 11.-Entrega del producto a los distribuidores.

2.8 COSTOS DE FABRICACIÓN O ADQUISICIÓN.

Cuadro 2.1.6

COSTOS	PRECIOS
<u>Variables</u>	
Materias primas	200.00
Envase	15.00
Etiqueta	3.00
Cajas	20.00
Insumos	12.00
Mano de obra	15.00
<u>Fijos</u>	
Luz	1.00
Agua	.50
Teléfono	.50
Internet	.20
Combustible	.40

2.9 VALOR PARA EL CLIENTE Y VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO.

Cuadro 2.1.7.

VENTAJAS COMPETITIVAS	COMPETIDORES (Nacionales como Internacionales)
Calidad de los productos.	Dudosa calidad en algunos competidores.
Excelente Imagen del producto.	No cuentan con una buena imagen de sus productos.
Excelente servicio al cliente.	No ponen atención al servicio.
Tecnología propia.	No cuentan con tecnología propia.
Investigación y desarrollo de nuevos productos.	Algunos no tienen esta área.

2.10 NORMAS Y CONTROL DE CALIDAD.

Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) son las regulaciones técnicas que contienen la información, requisitos, especificaciones, procedimientos y metodología que permiten a las distintas dependencias gubernamentales establecer parámetros evaluables para evitar riesgos a la población, a los animales y al medio ambiente.

1. Norma Oficial Mexicana NOM-182-SSA1-2010, Etiquetado de nutrientes vegetales Los nutrientes vegetales son objeto de vigilancia por parte de diversas autoridades a fin de garantizar al usuario su calidad y prevenir el riesgo potencial para la salud pública, la salud animal y vegetal, así como los efectos adversos al medio ambiente. Siendo el etiquetado una parte importante de dicha vigilancia, esta Norma establece los requisitos que deben cumplirse para facilitar la labor de autoridades y las personas físicas y morales dedicadas al proceso de los nutrientes vegetales. (anexo1)

2. Norma Oficial Mexicana: NOM-077-FITO-2000. Por la que se establecen los requisitos y especificaciones para la realización de estudios de efectividad biológica de los insumos de nutrición vegetal. (anexo2)

3. REGISTRO COFEPRIS RSCO 090/X/01, este registro es un requisito necesario pero no suficiente para la comercialización de los productos señalados y que las autoridades regulatorias involucradas expiden en forma coordinada, una vez que se ha comprobado su seguridad y eficacia con riesgos ambientales aceptables.

4.LICENCIA SANITARIA es la autorización para que un establecimiento pueda fabricar, importar, exportar, transportar, distribuir, manipular, almacenar, envasar, expender y dispensar productos de interés sanitario, así como brindar servicios en salud, una vez que cumpla con todos los requisitos técnicos y legales.

CAPITULO III

SELECCIÓN DEL MERCADO

META

3.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA O SECTOR DE QUE SE TRATE.

3.1.1 SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR.

Costa Rica ha sido un país netamente agrícola; su desarrollo económico y social ha estado ligado a la producción agrícola como actividad generadora de divisas, fuentes de trabajo y riqueza. Conviene resaltar también que un 74 por ciento de la producción agrícola primaria se utiliza como insumo para otras industrias o sectores.

Las exportaciones costarricenses de productos agrícolas han tenido sus bajas y altas, pero que en los últimos años han iniciado su ascenso, lo cual es importante porque deja un saldo positivo y en aumento de la balanza comercial agrícola. Este sector está entre los primeros tres que generan la mayor cantidad de divisas.

La agricultura primaria de Costa Rica está bien diversificada: el café, los bananos, los cultivos de ciclo corto, el ganado para carne y productos lácteos, y las plantaciones forestales representan la gran mayoría del uso de la tierra. Pero en valor de producción por hectárea, otros cultivos, como las frutas y hortalizas, las flores y las plantas ornamentales, son más importantes.

La orientación de la agricultura costarricense hacia los mercados de exportación ha requerido un uso cada vez mayor de semillas, fertilizantes y productos agroquímicos importados. El sector privado se dedica totalmente a este comercio; y en algunos casos, la comercialización se realiza a través de cooperativas agrarias. También es muy evidente el desarrollo de los servicios que contribuyen a la competitividad agrícola. Servicios que en los últimos 20 años han crecido y ahora representan un componente importante de la constelación agrícola.

El alineamiento de las estrategias de las instituciones públicas, así como la racionalización del gasto y la mejora en la ejecución presupuestaria, son los mayores desafíos del sector agrícola en Costa Rica. Los retos del sector están

plasmados en la Política de Desarrollo Agroalimentario 2010-2021. Esta ruta tiene cuatro pilares: competitividad, innovación tecnológica, gestión de territorios y cambio climático.

El alineamiento de acciones de las instituciones del Estado cobra relevancia, el manejo de la sanidad agropecuaria e inocuidad de los alimentos, el control de agroquímicos, el desarrollo de nuevas tecnologías agrícolas y la creación de una plataforma de información compartida entre el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), el Servicio Nacional de Salud Animal (SENASA) y el Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA).

La coordinación interinstitucional también debe reforzar el control del gasto público en agricultura, es clave para mejorar la ejecución presupuestaria. Para el 2011, el sector agrícola tiene recursos de más de 100.000 millones, para cumplir los objetivos.

3.1.2 AMBITO INTERNACIONAL.

En los años recientes, la prioridad otorgada a la liberalización económica por los países en vías de desarrollo y en transición no ha disminuido el interés en la formulación y puesta en práctica de nuevas políticas y estrategias agrícolas. Por el contrario, en muchas circunstancias la aplicación de programas de ajuste económico ha aumentado la urgencia de formular políticas que permitan fortalecer la agricultura y cuidar los recursos naturales. La razón surge en parte de la obligatoriedad de redefinir el papel de la agricultura de manera compatible con los nuevos enfoques económicos y, al mismo tiempo, asegurar que las necesidades de la población rural sean atendidas en ese renovado contexto. La pobreza rural es un problema persistente y difundido, y el crecimiento agrícola es el camino más eficaz para enfrentarlo.

Por estas razones y debido a la importancia intrínseca de la agricultura para el

desarrollo económico, la política agrícola experimenta un período de transformación y evolución en todo el mundo, ya sea en América Latina y el Caribe, África, los nuevos estados independientes, el Medio Oriente o Asia meridional y oriental.

Como el aumento de la productividad de la agricultura libera fuerza laboral para otros sectores, durante varias décadas del siglo pasado esta relación entre agricultura y crecimiento económico global fue distorsionada en la forma de una doctrina que perseguía la industrialización aún a expensas del desarrollo agrícola, socavando por lo tanto las posibilidades de que la agricultura contribuyera al desarrollo global. Se consideraba que el papel del sector era el de ayudar al desarrollo industrial, que era el elemento esencial de la estrategia de crecimiento. De hecho, se pensó que la industria era tan importante para las perspectivas económicas a largo plazo que subsidiarla fue una práctica común, a expensas del contribuyente fiscal y de otros sectores.

Esta fue la doctrina de la primera generación de estrategias de desarrollo económico. La costumbre de favorecer y subsidiar el desarrollo industrial fue especialmente marcada en América Latina y algunos países de Asia.

En la última década han surgido sólidas evidencias empíricas de que el crecimiento agrícola no sólo es eficaz para aliviar la pobreza rural, sino que es más eficaz que el crecimiento industrial para reducir la pobreza urbana. Los investigadores han comenzado a recopilar y estudiar datos sobre la distribución de los ingresos rurales y urbanos, más valiosos que los disponibles anteriormente. Los pobres tanto urbanos como rurales se benefician del crecimiento rural. Las exigencias ambientales pueden obstaculizar el comercio y utilizarse incluso como subterfugio proteccionista.

El Comité de Comercio y Medio Ambiente presta atención especial a este tema y a sus efectos en los países en desarrollo. El efecto de las medidas ambientales en

el acceso a los mercados, especialmente en lo relativo a los países en desarrollo, en particular los menos adelantados.

El efecto de las medidas ambientales en el acceso a los mercados es particularmente importante, ya que encierra la clave para asegurar la interacción de unas políticas comerciales y ambientales adecuadas. La protección del medio ambiente y la salud son objetivos legítimos reconocen que las medidas adoptadas para alcanzar esos objetivos pueden obstaculizar las exportaciones. Las prioridades ambientales deberían reflejar el contexto ambiental y de desarrollo al que se aplican aseguran que las medidas ambientales no restrinjan indebidamente las exportaciones. La seguridad alimentaria y la sanidad animal y vegetal, y el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, relativo a las normas y al etiquetado aplicables a los productos.

- **ALCANZAR UN EQUILIBRIO**

Por consiguiente, es necesario alcanzar un equilibrio entre la salvaguardia del acceso a los mercados y la protección del medio ambiente. Deben formularse las medidas ambientales para que:

- Tenga en cuenta la capacidad de los países en desarrollo.
- Cumplan los objetivos legítimos del país importador.
- Elaboración de las medidas ambientales.
- No obstaculizar innecesariamente el comercio.
- Normas internacionales en una fase temprana.
- Acceso a los mercados.
- Identificación de oportunidades comerciales.
- Promover el crecimiento sostenible.

3.2 SELECCIÓN DEL PAÍS META.

Cuadro 3.

PARAMETROS EXTERNOS	CHINA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	COSTA RICA
Población	1,350 mil millones hab.	65,696,689 millones hab.	31,914,040 millones hab.	4.805.295 millones hab.
	4	1	2	3
Superficie	9.600.001 km ²	549.190 km ²	9.831.510 km ²	51 100 km ²
	1	3	2	4
Tasa de crecimiento anual en %	7,8%	2,0%	2,8%	5,1%
	1	4	3	2
PIB	\$8,227 billones	\$ 2,611 billones	\$15.68 billones	\$45,10 mil millones
	1	3	2	4
Inflación	1,8%	1,5%	1,7%	4,0%
	3	1	2	4
Requerimientos normativos para el producto	Normas sanitarias y fitosanitarias			
	4	2	3	1
Valor de las importaciones	2,015 millones	23.133 millones	494,984 millones	17,572 millones
	2	3	1	4
Tratados comerciales	NO	TLCAN	UE	TLC
	4	2	3	1

Socios comerciales	Unión Europea ° Estados Unidos ° Japón ° Hong Kong	° Unión Europea ° Estados Unidos ° China	° México ° Canadá ° Japón ° Unión Europea ° China	° Estados Unidos ° China
	3	2	1	4
Pagos aranceles	EX.	EX.	EX.	EX.
	4	3	2	1
	27	24	10	28

Banco mundial

3.3 ASPECTOS CUALITATIVOS DEL MERCADO. CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL PAÍS ELEGIDO. PRÁCTICAS COMERCIALES Y SITUACIÓN GENERAL DE PRECIOS, CANALES Y PROMOCIÓN.

3.3.1 CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



Extensión: 51,100 Km².

Población: 4.7 millones.

Fuerza laboral: 2.21 millones.

Capital: San José.

Idiomas principales: español (oficial), inglés.

Moneda: Colón.

La República de Costa Rica, situada en la parte meridional de América Central, limita al noroeste con Nicaragua, al sudeste con Panamá, al este con el Océano Atlántico y al oeste con el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 51.100 km², de los cuales 120 corresponden a islas. El país tiene una anchura y una longitud máximas de 275 kilómetros y de 484 kilómetros respectivamente. La extensión de sus costas es de 212 kilómetros en la costa atlántica y de 1.016 kilómetros en la del Pacífico. Dos cordilleras circundan la Meseta Central del país con altitudes que llegan hasta los 3.819 metros. La vegetación es exuberante en la meseta central y en la zona caribeña. La vertiente del Pacífico, la zona más seca del país, está formada por extensas mesetas.

La vegetación es exuberante en la meseta central y en la zona caribeña. La vertiente del Pacífico, la zona más seca del país, está formada por extensas mesetas, llamadas pampas.

Agricultura: Más del 10% del territorio de Costa Rica se encuentra cultivado. Exceptuando las plantaciones de banano, que se localizan en grandes extensiones de la costa, principalmente la caribeña, la mayoría de las propiedades agrícolas son pequeñas. El café, uno de los productos más valorados por su excelente calidad, se cultiva sobre todo en la meseta Central.

El café y el banano son los principales productos de exportación; para ello se crearon los puertos de Quepos y Golfito en la costa del Pacífico. El cacao, la caña

de azúcar y algunas frutas tropicales también se cultivan principalmente para su exportación. El cultivo de maíz, frijol, hortalizas, tabaco y algodón se extiende por todo el país.

3.3.2 GOBIERNO Y ECONOMÍA DE COSTA RICA

El Gobierno de Costa Rica se rige a través de una serie de controles constitucionales. Las responsabilidades ejecutivas recaen en el Presidente, apoyado por dos Vice-presidentes. Asimismo Costa Rica cuenta con un Poder Legislativo constituido por un gabinete de 57 congresistas, todos ellos elegidos cada 4 años. El tercer poder de la República lo constituye el Poder Judicial. El país cuenta con un sistema legal muy sólido justamente tutelado por el Poder Judicial, el cual asegura el cumplimiento de la ley y protege tanto a ciudadanos nacionales como extranjeros dentro del territorio.

La encuesta realizada por el Banco Mundial para los Indicadores de Gobernabilidad Global 2012, clasificó a Costa Rica en el segundo lugar de Latinoamérica por su estabilidad política.

Uno de los pilares del desarrollo económico de Costa Rica ha sido la liberación del comercio, lo que ha permitido a las exportaciones sobrepasar la proporción del 30% del PIB en 1980, a una tasa del 38% en el 2012 (incluyendo exportación de bienes y servicios).

Seguido a esta liberación comercial se han dado una serie de cambios estructurales que han llevado al crecimiento en la productividad, diversificación de la economía y un nivel más alto de inversión.

El PIB real ha venido incrementando en una tasa de crecimiento anual compuesta del 10.4% desde 1991. La pobreza se ha reducido en un 46% en los últimos 25 años.

3.3.3 APERTURA COMERCIAL

Costa Rica es miembro de la OMC desde su fundación y del Mercado Común Centroamericano (MCCA). Además tiene nueve tratados de libre comercio que cubren el 70% del comercio internacional del país, porcentaje que alcanzará el 80% cuando entren en vigor los tratados con la Unión Europea, Singapur y Perú.

Los acuerdos actualmente vigentes de Costa Rica son: CAFTA-DR (entre República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos), Centroamérica, Canadá, CARICOM (Comunidad del Caribe), Chile, México, República Dominicana, Panamá y China.

Los resultados del proceso de integración de Costa Rica en la economía internacional han sido muy exitosos en términos de crecimiento, diversificación y sofisticación de las exportaciones y de los mercados de destino.

3.3.4 RAZONES PARA INVERTIR EN COSTA RICA

- Actualmente hay más de 200 empresas multinacionales operando en Costa Rica.
- El país cuenta con una fuerza laboral joven, excepcionalmente talentosa y bilingüe. En promedio 95% de los empleados de empresas multinacionales son locales.
- Costa Rica es una plataforma de acceso preferencial a 1/3 de la población mundial, y a 2/3 del PIB global. 90% de las exportaciones de bienes a través de Tratados de Libre Comercio.
- Excelente clima de negocios basado en una reconocida tradición de democracia, estabilidad económica y política.
- Sólida infraestructura 93% de la energía es renovable. Acceso redundante a telecomunicaciones.

- La calidad de vida en Costa Rica es alta. Es el país más seguro de América Latina y uno de los 5 países con el mejor desempeño ambiental a nivel mundial.
- No existe ningún requerimiento de registrar inversiones ante alguna de las autoridades gubernamentales.
- País con mucha vegetación.

3.3.5 INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE.

- **Carreteras.**

Una red de carreteras de treinta y cinco mil setecientos cinco kilómetros cubre todo el territorio nacional, de los cuales sólo dos mil doscientos cincuenta kilómetros están en buen estado, el resto, por no tener el mantenimiento adecuado se encuentra en malas condiciones.

Por la carretera Interamericana se puede viajar desde Norteamérica hasta Panamá. Esta vía está abierta todo el año, con un servicio de autobuses de Guatemala a Panamá y viceversa. El interior del país tiene un eficiente servicio de autobuses.

- **Puertos.**

En el Océano Atlántico se encuentra Puerto Limón y Moín y en el Océano Pacífico Puntarenas, Caldera y Punta Morales. Puerto Limón y Caldera están debidamente equipados para carga y descarga de todo tipo de productos. Moín se especializa en la carga y descarga de petróleo y combustibles y Punta Morales es una terminal para la carga de azúcar.

Caldera o Puerto Caldera es el puerto marítimo costarricense más grande e importante para usos comerciales en la costa del Océano Pacífico de este país centroamericano.

- **Aeropuertos.**

Costa Rica tiene tres aeropuertos internacionales acondicionados para la entrada de aviones modernos: el Juan Santamaría en Alajuela, El Daniel Oduber en Guanacaste.

Para el servicio aéreo local hay un aeropuerto en San José y pequeños aeropuertos en varias ciudades del país, servidos por SANSA y varias empresas de taxi aéreo.

3.3.6 ZONAS FRANCAS.

Las Zonas Francas (ZF) de Costa Rica representan una oportunidad en si mismas. Las empresas que se establecen bajo el régimen de ZF disfrutan de ciertas ventajas fiscales; entre las que destacan: la exención del pago de los impuesto de importación, exportación/reexportación, sobre utilidades y municipales. Otro motivo importante por el que muchas empresas deciden operar bajo el RZF costarricense es la idónea posición geográfica del país.

Situado en el centro del continente americano, Costa Rica ofrece una localización perfecta para comerciar en toda América. Adicionalmente, el país se ha esforzado en fomentar la actividad en estas zonas especiales y por ello, hoy en día, cuenta con mucha mano de obra cualificada para realizar actividades propias de las empresas allí ubicadas desde hace décadas. En concreto, la formación en tecnología punta es destacable.

3.3.7 RELACIÓN COMERCIAL COSTA RICA- MÉXICO.

- El comercio total bilateral entre México y Costa Rica en 2011 fue de 3,648 millones de dólares (mdd), con exportaciones mexicanas hacia Costa Rica de 998 mdd e importaciones provenientes desde Costa Rica por 2,650 mdd.
- En los últimos once años el comercio bilateral creció 583%, al pasar de 534 mdd en 2000 a 3,648 mdd en 2011, lo que representó una tasa de crecimiento promedio anual de 19%.
- Las exportaciones mexicanas hacia Costa Rica crecieron 182% en el mismo período, al pasar de 354 a 998 mdd . Asimismo, las importaciones desde Costa Rica aumentaron 1,377%, al pasar de 180 a 2,650 mdd
- Costa Rica es el único país de Centroamérica que ha mantenido superávits con México desde 2002 hasta 2011, con excepción de 2008. En 2011 el déficit para México llegó a 1,652 mdd.
- México es el primer socio comercial de Costa Rica, quinto destino de exportaciones y primer proveedor entre los países de América Latina y El Caribe.
- Costa Rica es el cuarto socio comercial para México, así como noveno destino exportador y el segundo proveedor en la región.
- Cuenta con los recursos financieros suficientes para comprar un producto que tanto demanda con el fin incrementar su producción en caso de las empresas o satisfacer una necesidad en caso de una persona.

México- Costa Rica. 5 Principales Productos de Exportación e Importación		
	Exportados por México	Importados desde Costa Rica
1	Aparatos receptores de televisión (5.9%)	Procesadores y controladores, incluso combinados con memorias (80.2%)
2	Automóviles de turismo, del tipo familiar "break" o "station wagon" y los de carreras (2.9%)	Circuitos integrados híbridos (6.4%)
3	Refrigeradores dos puertas (con congelador) (2.4%)	Aceite de palma y sus fracciones (3.5%)
4	Aguacates (2.1%)	Circuitos modulares (3%)
5	Hilos, cables (incluidos los coaxiales) y demás conductores aislados para electricidad (2.1%)	Mezclas de sustancias odoríferas (de los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas) (0.9%)
Fuente: Embajada de México en Costa Rica con datos de Secretaría de Economía		

3.3.8 PRÁCTICAS COMERCIALES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

A) Prácticas comerciales.

- **Saludos:**

Los hombres de negocios frecuentemente estrechan las manos en señal de saludo. Las mujeres, en algunas ocasiones saludan con un toque en el antebrazo u hombro, pero más frecuentemente con un apretón de manos, cuando son amigas cercanas suelen saludarse con un abrazo o un beso en la mejilla. Los abrazos entre hombres de negocios solamente se dan cuando existe una relación cercana familiar o de amistad, de lo contrario es muy poco frecuente.

- **Al momento de la cita:**

La puntualidad es flexible, debe darse un margen de espera de 15 minutos. Las citas pueden hacerse vía correo electrónico cuando la entrevista es en la sede empresa es recomendable llegar puntualmente Usualmente las citas suelen durar de 30 a 45 minutos.

- **Títulos:**

Los costarricense son bastantes formales en el trato, y no deben tutearse, a menos que se le autorice expresamente. Solamente a los niños, a los miembros de una familia y amigos cercanos se les permite llamarlos por sus primeros nombres. Las personas que no poseen títulos profesionales pueden ser llamados como: Señor, Señora o Señorita, también el trato de usted, acompañado del Don o Doña, es bien aceptado.

Los profesionales muy frecuentemente prefieren ser llamados por sus títulos: Licenciado, Ingeniero Doctor, Arquitecto, etc. En las tarjetas de presentación acostumbran a anteponer el título universitario o de post-grado.

- **Negociaciones:**

Los ejecutivos son abiertos y accesibles en las discusiones de negocios, no obstante, es importante establecer una relación cordial con la contraparte costarricense antes de iniciar la discusión de negocios. Los costarricenses tienen un alto sentido del honor e igualdad social, más que en ningún otro ejecutivo de cualquier país centroamericano.

La inversión extranjera agresivamente competitiva en Costa Rica, la red de contactos es muy importante para concretar negocios. Los tiempos establecidos no son estrictamente observados, los pagos tardíos son frecuentes. Hay que estar preparado para viajar a Costa Rica, varias veces para cerrar una negociación.

- **Reglas de etiqueta para hacer negocios con empresas de Costa Rica**

Es recomendable traer material de apoyo de su empresa: catálogos corporativos, de productos, acompañados de las respectivas tarjetas de presentación. El español es el idioma de negocios, pero la mayoría de los ejecutivos tienen dominio del idioma inglés.

- **Vestimenta par los negocios**

1. Los hombres de negocios suelen utilizar trajes de negocios conservadores, sobre todo en las áreas financieras y el sector público, donde son más formales.
2. Para entrevistas en áreas técnicas, suelen vestir más sencillos, pero casi siempre acompañados de chaquetas deportivas.
3. Las mujeres suelen vestir de faldas y blusas estilo taller, en caso de utilizar pantalones, deben acompañarse de chaquetas.

- **Obsequios.**

Si usted está invitado a cenar a la casa de un costarricense, es un detalle apreciado llevar flores a la anfitriona, chocolates, un licor, o una botella de vino.

B) CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN COSTA RICA.

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran. La importancia de éste es cuando cada producto ya está en su punto de equilibrio y está listo para ser comercializado.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios.

La gestión de la distribución es el pilar que concluye los esfuerzos de una empresa para ingresar en un mercado y le permite tener presencia de marca en él y maximizar las operaciones. Se conforma como una herramienta clave para el éxito empresarial que, bien administrada, puede llevar a las empresas a incrementar considerablemente su productividad, competitividad y expansión en un determinado mercado.

Los canales de distribución internacional de mercancías se establecen según las características de la geografía, la red de transporte y la economía de los países.

En el caso de Costa Rica, debido a su reducido tamaño y a la considerable concentración geográfica de la economía en el Gran Área Metropolitana (GAM), los canales de distribución son considerablemente cortos. Por esta razón, la mayoría de las empresas tienen la capacidad de hacer llegar fácilmente sus productos hasta el consumidor final.

La gestión de la distribución implica para las empresas extranjeras una planificación detallada desde que los productos son fabricados hasta su distribución a los consumidores finales costarricenses a través de intermediarios, o sea, distribuidores mayoristas y minoristas.

Asimismo, ellas deben realizar un análisis sobre los canales que tienen mayor rentabilidad y mayor posibilidad de expansión, definir la competencia y su presencia en cierto canal de distribución, medir la capacidad que tiene su oferta de satisfacer las necesidades de la demanda, definir la relación que se establecerá con el distribuidor, entre otros factores.

En el escenario de la distribución en Costa Rica, también se presentan los casos en los que el mismo importador es un distribuidor minorista. Asimismo, existe una baja especialización de los importadores, ya que el reducido tamaño del mercado les impide especializarse en la importación de un único tipo de producto.

Con relación a la industria de los supermercados, este se ha convertido en un

sector cada vez más competitivo, complejo y cambiante. El éxito que han generado estos hipermercados se debe a que ofrecen a los consumidores la posibilidad de adquirir una mayor cantidad de productos por un menor costo.

La función de los intermediarios en el canal de distribución: Agentes / Distribuidores.

La legislación costarricense establece dos formas principales de representación: representante y distribuidor. El representante puede también ser considerado como un agente. Es posible para una persona ostentar al mismo tiempo el puesto tanto de representante (o agente) como de distribuidor.

Ante esto, el artículo 360 del Código de Comercio (Ley No. 3284) establece que se entiende por representante o distribuidor como “toda persona natural o jurídica, que en forma continua y autónoma, con o sin representación legal actúe colocando órdenes de compra o de venta directamente a las firmas importadoras o exportadoras locales sobre la base de comisión o porcentaje, o prepare, promueva, facilite o perfeccione la venta de mercaderías o servicios que otro comerciante industrial extranjero venda o preste”.

Asimismo, establece que los siguientes son los requisitos para ser un representante/distribuidor:

- Ser costarricense o extranjero debidamente establecido en forma permanente en el territorio nacional.
- Tener preparación suficiente en materia comercial y ser de reconocida solvencia y honorabilidad.

Específicamente, un distribuidor es definido como un individuo o compañía que compra bienes directamente del fabricante con el propósito de revenderlos. Generalmente, un distribuidor firma un contrato de distribución con el fabricante y lleva un balance del inventario. Un convenio de distribución puede ser exclusivo y no exclusivo. No es poco común encontrar a un representante o a un distribuidor

que represente varias líneas de productos o que opere a nivel regional en Centroamérica.

En algunos casos, el Código de Comercio da la posibilidad a empresas extranjeras para que participen directamente en licitaciones públicas, sin un representante local en Costa Rica. El único requisito es que el funcionario que representa a la compañía extranjera debe tener un poder legal certificado por el Consulado de Costa Rica en ese país. No obstante, el proceso de licitación en concursos públicos es usualmente tedioso y se logra mejor a través de la contratación de los servicios de un representante cualificado en Costa Rica.

Además, podemos encontrar en Costa Rica una cantidad considerable de empresas que se dedican a la distribución de bienes.

En cuanto a los canales de distribución para productos agrícolas y de la industria alimentaria, estos no varían de manera significativa. Algunos productos como, por ejemplo, productos frescos y alimentos congelados, requieren de conocimientos técnicos sobre su manejo debido a su calidad de bienes perecederos y necesidad de refrigeración.

Los acuerdos entre fabricante y distribuidor implican toda una serie de factores, desde criterios de físicos hasta la venta del producto y elementos financieros de beneficios y rentabilidad de la inversión. Por tanto, es aconsejable que las empresas extranjeras que deseen hacer negocios en Costa Rica reciban asesoría legal por parte de algún bufete de abogados especializado en el tema de previo a la firma de algún contrato de distribución.

3.4. ASPECTOS CUANTITATIVOS DEL MERCADO.

- **Exportaciones:**
 - **Totales:** \$5.731 millones de dólares
 - **Principales productos:** café, banano, azúcar, piña, textiles, componentes eléctricos, equipo médico, etc.
 - **Países de exportación:** Estados Unidos 25.7%, China 14.1%, Países Bajos 10.9%, Reino Unido 6.3%, México 5%.

- **Importaciones:**
 - **Totales:** \$15,370 millones
 - **Principales productos:** materias primas, bienes de consumo, petróleo, etc.
 - **Países de importación:** Estados Unidos 41%, México 6.1%, Venezuela 5.7%, Japón 5.4%, China 5.1%, Brasil 4.3%.

3.5 BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO.

En Costa Rica existen numerosas barreras no arancelarias. Estas barreras, consistentes en su mayoría en restricciones Fito y Zoosanitarias, que hacen de Costa Rica un mercado un tanto distorsionado. La política actual tiende a la eliminación de estas trabas pero aún subsisten muchas de ellas reguladas por distintas entidades públicas y otras privadas, las cuales son:

- **SERVICIO FITOSANITARIO DEL ESTADO.**

El Servicio Fitosanitario del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica, tiene la competencia para autorizar las importaciones de fertilizantes, plaguicidas y productos de origen vegetal como plantas (semillas, esquejes, plantas enteras, etc.), productos vegetales (granos, frutas, hortalizas, raíces, tubérculos, etc.) y subproductos de origen vegetal (harinas, nueces, etc.) requieren de autorización previa de importación.

- **MINISTERIO DE SALUD DE COSTA RICA.**

El Ministerio de Salud es la entidad responsable de otorgar los registros sanitarios. Para importar los siguientes productos: Alimentos, cosméticos, medicamentos, estupefacientes, equipo y material biomédico, se requiere obtener previamente un registro sanitario.

- **ÓRGANO DE REGLAMENTACIÓN TÉCNICA (ORT).**

El Órgano de Reglamentación Técnica es una comisión interministerial cuya función es elaborar los reglamentos técnicos, mediante el asesoramiento técnico en el procedimiento de emitirlos. La Dirección de Mejora Regulatoria y Reglamentación Técnica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio propicia la creación de grupos de trabajo para crear Reglamentos Técnicos de acatamiento obligatorio.

- **INSTITUTO DE NORMAS TÉCNICAS DE COSTA RICA (INTECO)**

El Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO) es una asociación privada, sin fines de lucro, con personería jurídica. Desde el año 1995 está reconocida, por decreto ejecutivo, como el Ente Nacional de Normalización.

No arancelarias:

- **Regulaciones de etiquetado.**

Estas regulaciones incorporan los requerimientos que deben cumplir los fabricantes, los exportadores y los distribuidores de un producto, sobre todo cuando su destino es el consumidor final. La etiqueta sirve para que el consumidor conozca no sólo la marca del producto, sino también otros aspectos, como el contenido y los ingredientes con que han sido elaborados. Antes de realizar algún gasto en el etiquetado, el exportador debe conocer las regulaciones específicas que el mercado de destino establece al producto que se desea comercializar. Para ello, puede consultar a su propio cliente en el extranjero, recurrir a un consultor especializado en esas regulaciones, o bien solicitar la opinión y aprobación de su etiqueta directamente a las entidades normativas que establecen estas regulaciones en el país importador.

- **Aviso de COFEPRIS**

El aviso único de inicio de estudios de efectividad biológica de insumos de nutrición vegetal, incluirá el protocolo del estudio.

Se permite la utilización de otros insumos de nutrición vegetal o plaguicidas en el desarrollo del estudio, siempre y cuando éstos no interfieran en los resultados del insumo de nutrición vegetal que se estudia, siendo responsabilidad del profesional encargado del mismo el presentar la justificación del uso y la comprobación correspondiente en el reporte final y/o cuando se le solicite.

- **Regulaciones sanitarias y fitosanitarias.**

Estas regulaciones forman parte de las medidas para proteger la vida, la salud humana, animal y vegetal frente a ciertos riesgos que no existen en el territorio del país importador. Los riesgos se pretende atacar son los relativos a la introducción, propagación de plagas y enfermedades llevadas por animales, además de evitar la presencia en alimentos y forrajes de aditivos, contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades. Estas regulaciones comprenden a los productos agropecuarios, frescos y procesados. Los aspectos básicos que cubren estas regulaciones, en términos generales, son: proceso de producción, uso de pesticidas y fertilizantes, pruebas de laboratorio, inspecciones, certificaciones sanitarias, regímenes de cuarentena y determinación de zonas libres de plagas y enfermedades.

- **Normas técnicas:**

Aluden a las características y propiedades técnicas que debe tener una mercancía en un mercado específico. El cumplimiento de estas normas permite garantizar a los consumidores que los productos adquiridos cuentan con la calidad, seguridad y las especificaciones de fabricación adecuadas. Al respecto, es imprescindible conocer si las normas existentes son de carácter obligatorio o simplemente voluntarias. Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. En estas se expresan directrices sobre medidas, tamaño, dimensiones, contenido químico, compresión, resistencia, inflamabilidad, resistencia a la humedad, durabilidad, condiciones de seguridad, preceptos de terminología, símbolos, embalaje, y demás aplicables a un bien o proceso de producción.

La certificación de los productos que se exportan, luego de conocer en detalle las normas aplicables, se realiza generalmente en los laboratorios designados para el efecto o en las instituciones creadoras de dichas normas. Regulaciones ambientales Comprende las regulaciones relativas a la protección del ambiente,

mejor conocidas como ecológicas. En el caso de la Unión Europea destacan las relativas a la comercialización de frutas y vegetales frescos. Normas de calidad para frutas y verduras. Se aplican en los países importadores para garantizar que las mercancías de importación cumplan con estándares de calidad similares a los establecidos para mercancías producidas internamente.

- **Regulaciones de toxicidad.**

Se aplica a los productos en cuya elaboración se incorporen insumos peligrosos o dañinos a la salud humana. Cada país elabora listas donde se especifica qué insumos se consideran tóxicos y en qué productos debe aplicarse dicha normatividad.

Normas de calidad: Existen normas de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países. Entre las más importantes destacan la serie denominada como ISO 9000, que certifica el proceso y procedimientos establecidos para lograr la calidad de los productos de una empresa. En el campo de la problemática ambiental se trabaja con la serie ISO 14000.

En materia aduanera, toda mercancía que se exporte y que se importe en el país de destino debe identificarse con el propósito de definir su situación arancelaria. Es de suma importancia que el exportador, conozca su fracción arancelaria, ya que con ella se conoce el impuesto a pagar en el país importador, y dado el origen del producto mexicano se podrán solicitar las preferencias arancelarias que México ha logrado con los tratados y acuerdos comerciales que ha firmado. Además, la correcta clasificación arancelaria le evitará demoras en el despacho y en algunos casos pagar un menor arancel o estar exento del mismo. La clasificación de las mercancías en casi todo el mundo se rigen en la nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, conocida con las siglas (SA).

Para ciertas regiones o países, pueden existir clasificaciones arancelarias específicas regionales, como es el caso de las preferencias en algunos países Latinoamericanos, en donde existen las nomenclaturas NALADI y NALADISA.

www.contactopyme.gob.mx

3.5.1 PAGOS AL EXTERIOR

No existe una normativa que establezca requisitos especiales para realizar pagos al exterior, la única legislación que se aplica es la referida al impuesto sobre la renta. Según la Ley del Impuesto sobre la Renta que regula los pagos al exterior, establece que el impuesto se genera cuando la renta o beneficio de fuente costarricense se pague, acredite o se ponga a disposición de personas domiciliadas en el exterior. En el caso específico de servicios pagados al exterior, por parte de una entidad domiciliada en Costa Rica a otra no domiciliada, a efectos de determinar la tarifa de impuesto de retención a aplicar, se deben tomar en cuenta principalmente dos factores: el lugar de prestación del servicio y su naturaleza. Dependiendo de estos factores, dichos pagos estarían sujetos a una de las siguientes tarifas:

- **Tarifa del 0 %:** Los pagos por servicios prestados 100% fuera de Costa Rica, deben ser considerados como rentas de fuente extraterritorial, no sujetos a impuestos en Costa Rica (bajo el principio de territorialidad que considera de fuente costarricense solo aquellos servicios que se presten en el país).
- **Tarifa del 25%:** La ley Tributaria considera que son renta local, indistintamente de que se presten fuera de Costa Rica, lo que constituye una excepción al principio de la territorialidad, casos especiales de rentas de fuente costarricense, entre los cuales se incluyen los pagos al exterior por asesoramiento técnico, financiero y de otra índole prestados dentro o fuera del país. La asesoría técnica o financiera es definida como todo dictamen,

consejo o recomendación especializada, prestada por escrito y resultante del estudio de los hechos de una situación, para orientar la acción en un sentido determinado. En este sentido, la administración tributaria costarricense considera que el requisito de que la asesoría se dé por escrito aplica únicamente para el caso de asesoría técnica o financiera, pero no así para cualquier otro tipo de servicio.

- **Tarifa del 30%:** Esta tarifa aplica a aquellos servicios prestados dentro del territorio costarricense por una entidad no domiciliada.

3.6. DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS .

Oportunidades

- Existe un tratado de libre comercio.
- Existe una creciente demanda de insumos como fertilizantes, herbicidas, reguladores de crecimiento.
- Diversidad de vegetación.
- Se cuenta con infraestructura de transporte adecuada.

Amenazas

- Competencia de productos similares.
- Desconocimiento de los productos.
- Muchas barreras arancelarias.
- Diferencia de precio entre los productos importados y los nacionales.

CAPITULO IV

ASPECTOS OPERACIONALES

4.1 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y METAS EN EL MERCADO SELECCIONADO.

Objetivos

- Consolidar la empresa como exportadora.
- Obtener el reconocimiento de los consumidores hacia los Reguladores de crecimiento Vegetal.
- Aprovechar las preferencias arancelarias y relaciones bilaterales de México con Centroamérica.
- Contactar otros clientes Costarricenses y ampliar el mercado a todo Centroamérica.

Metas.

- Establecer contactos directos en Costa Rica a lo largo de los próximos 4 años.
- Introducir cada vez más Reguladores de la Línea de productos dependiendo de la demanda y satisfacción que exista en el mercado costarricense.
- La empresa sea reconocida en todo Centroamérica.

4.2 ADECUACIONES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA.

Producto

- Empaque de mayor resistencia y durabilidad.
- Consolidar le producto en el mercado.
- Cumplir con los envíos en tiempo y forma preestablecido en el contrato.

- Diversificar el diseño cada 2 años: Es importante modificar el diseño de la etiqueta frecuentemente, para que el atractivo visual sea mas importante, ya que lo que se busca es que cuando se encuentre en los mostradores de los clientes haya diferencia con la competencia y ese es el primer paso para lograr crecer en la comercialización, ya que el siguiente paso es el buen funcionamiento del producto al utilizarlo.
- Cumplir con las especificaciones técnicas y con la calidad de Costa Rica.

Precio

- a) Precio de penetración competitivo.: Para fijar el precio en el mercado meta (Costa Rica), lo primero que se hace es un estudio de mercado y dentro de este, se evalúan los precios de la competencia, para no salirnos del mercado y el precio se fija con un margen de utilidad para la empresa.
- b) Programa de oferta para los clientes.
- c) Descuentos por volúmenes y/o pronto pago.
- d) Plantear términos de pagos más amplios.

Plaza

- Exportar a través de un intermediario que conoce bien el mercado meta.
- Vender vía mayoristas: Son varias las razones porque vender al mayoreo, las cuales enumero.
- Si no fuera así, entonces tendríamos que tener un ejercito de vendedores, para atender cliente por cliente (menudeo).
- Es mas fácil y menos costoso el surtimiento del producto por cantidad que estar entregando al menudeo.

- Para la cobranza es más práctico y más económico, cobrar a un mayorista que tener que estar visitando a muchos clientes al menudeo.
- El volumen de ventas es más alto al mayoreo, ya que se establecen compromisos de venta, mediante estrategias de mercadeo.
- Elegir como canal de distribución las tiendas comerciales mas importantes.

Promoción

- Contactar empresas costarricenses que demanden los productos
- Elaboración de catálogos en varios idiomas.
- Participación en ferias internacionales para el conocimiento de los productos.
- Envío de muestras de los productos para que los vayan conociendo.
- Visitas personales a las empresas.
- Participación en ferias y exposiciones internacionales.

4.3. ESTRATEGIAS DE ENTRADA AL MERCADO.

La comercialización de Phyto Hormonal Plus se hará a través de un empresa distribuida en Costa Rica por que gran parte de las compras de los consumidores se hacen vía de empresas.

El objetivo es llegar más rápido al consumidor final con los menos intermediarios posibles.

4.4 COTIZACIONES, INCOTERMS, TRANSPORTE Y SEGUROS

4.4.1 COTIZACIONES

Cuadro 4.

Concepto	Valor en peso	Valor en dólares
Precio de venta en fabrica	\$ 50	3.85 USD
Exw	\$ 454.83	35 USD
Flete marítimo	\$ 1,228	94.50 USD
Seguro	\$ 1,300	100 USD
Ocean Freight	\$ 324.88	25 USD t/m3
B/L	\$ 194.93	15 USD
Consolidación	\$ 285.89	22 USD t/m3
Despacho aduanal	\$ 3639	280 USD
Maniobra de unidad de Transporte-recinto fiscal	\$ 1,394.90	107.41 USD
Recepción de contenedor a patio de naciera	\$ 1,287.60	99.15 USD
Honorarios	\$ 6,294	484.64 USD
Servicio de muejalle	\$ 460	35.42 USD
Flete terrestre	\$ 20,142	1550 USD
FOB	\$ 519.80	40 USD
Reconocimiento aduanero	\$ 4,830	371.91

4.4.2 INCOTERMS

Las funciones de los INCOTERMS son:

- Eliminar las barreras del lenguaje, la distancia, la cultura de los negocios y las prácticas comerciales.
- Eliminar la incertidumbre.
- Facilitar el intercambio de bienes de transacciones internacionales.
- Especificar variables, como riesgo de pérdida, entrega, licencia de exportación, liberación de aduanas y contratos de transporte y seguros.

El INCOTERM utilizado para este contrato será: **CIF**

El término costo, seguro y flete, determina que el vendedor deberá de entregar la mercancía a bordo del buque (en su caso transporte fluvial) en el puerto de embarque marítimo.

El vendedor contratará y pagará el costo del seguro y del flete principal para transportar la mercancía hasta el puerto de destino convenido.

El seguro contratado por el vendedor solo es de cobertura mínima. Por lo que el comprador necesita acordar con la otra parte o contratar un seguro adicional por su propia cuenta. Aunque el vendedor haya contratado y pagado el seguro, se transmitirá el riesgo al comprador, quien es el beneficiario. De igual forma debe de efectuar el despacho aduanero de exportación el vendedor.

Respecto al riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmitirá al comprador cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque del puerto de embarque.

También el comprador deberá realizar el despacho aduanero de importación.

Pagar todo los gastos que se generen desde que el vendedor entrega las mercancías hasta el punto de destino.

Este término establece que su uso será exclusivamente para el transporte marítimo y fluvial.

Si las mercancías son dañadas antes de ser cargadas a bordo del buque, el vendedor es el responsable. Por lo que se recomienda que se utilice el término CIP.

Figura 4.



4.5. ENVASE Y EMBALAJE

4.5.1 ENVASE

El envase que se utilizara para el mercado de exportación, será PET tipo misil con la etiqueta informativa del producto.

Figura 4.1.



Etiquetado

En las etiquetas que se utilizaran contendrán las siguientes características:

- Precauciones y advertencias de uso.
- Primeros auxilios.
- Medidas para protección al medio ambiente.
- Instrucciones.
- Métodos para preparar y aplicar el producto.

Ventajas del PET:

- Alta transparencia del producto.
- Alto brillo.
- Alta resistencia a la tensión y al impacto.
- Bajo peso.
- Larga vida de anaquel.
- Mejor presentación.
- No contaminante.
- Alta resistencia a los agentes químicos y estabilidad a la intemperie.

4.5.2. EMBALAJE

Para la distribución del producto se diseñó un embalaje de cartón corrugado con medidas de largo 34.7 , ancho 25.8 , alto 23.2 con capacidad para 12 frascos cada frasco de un litro. Con el etiquetado de la marca Phyto Nutrimientos de México

Figura 4.2.



4.6. TRANSPORTE Y SEGUROS

4.6.1 Transporte terrestre

En este tipo de movimiento de carga lo mas común y recomendable es utilizar un camión o camioneta de 2 y 3 ejes.

Total transporte terrestre: 5,660.00

4.6.2. TRANSPORTE MARÍTIMO

El transporte marítimo permite trasladar el volumen mas grande de mercancía a mayores distancias que cualquier otro medio de transporte. De hecho, el intercambio comercial internacional se realiza principalmente por este medio.

México tiene puertos de atura, que atienden embarcaciones, personas y bienes en navegación entre puertos nacionales y puertos del extranjero. Se encuentran tanto en el Océano Pacifico como en el Atlántico. Los barcos pesados pueden cargar y descargar sus mercancías.

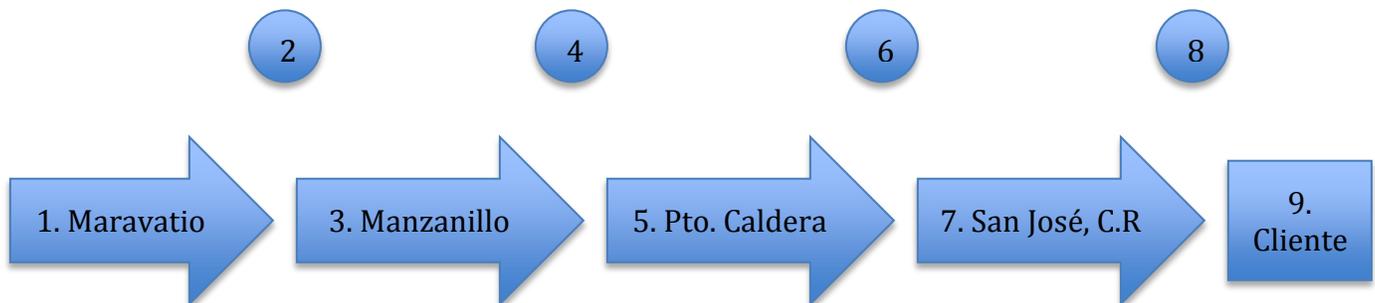
4.6.3 SEGURO

El seguro será de cobertura todo riesgo, con a empresa safecargo ya que cubren los riesgos por pérdida total, parcial, o por daños materiales que sufran los bienes como consecuencia de algunos de los siguientes siniestros; incendio, explosión hundimiento, además de robo total o parcia, contacto con otras cargas, rotura, derrame.

Total del seguro= 28,446.00

4.7 PLAN OPERATIVO

Figura 4.3.



- a) **Origen:** Maravatio.
- b) **Destino:** San José ,Costa Rica.
- c) **Naviera:** Evergreen.
- d) **Tramos**

- 1. Maravatio- Manzanillo.
- 2. Manzanillo- Puerto Caldera.
- 3. Puerto Caldera – San José, Costa Rica.
- 4. San José, Costa Rica- Cliente.

- e) **Puerto de descarga:** Puerto Caldera.
- f) **Tiempo estimado:** 5 a 12 días.
- g) **Contenedor:** 20'.

• **Medios y Navieras para el envío.**

Cuadro 4.1

Naviera	Puerto Llegada	Puerto Salida	Tiempo Transito	Frec. Salida	Escalas	S.C.	Ruta
Evergreen	Pto Caldera	Manzanillo México DF	5 días	Semanal Martes	Directo	No	Directo
Hamburg Sud	Pto Limón	Veracruz Altamira	11 días 14 días	Semanal Martes	Kingston, Jamaica	Si	Cabe señalar que ésta naviera utiliza Kingston, Jamaica como HUB de contenedores
Maersk Line	Pto Limón Pto Caldera	Lázaro Cárdenas, Manzanillo y Ensenada Progreso	7 días 8 días 12 días 14 días	Semanal Martes	3 operaciones portuarias	Si	Corinto NI, Acajutla SV, Puerto Quetzal,GT

<http://www.procomer.com/contenido/descargables/logistica-exportacion/america-norte/logistica-exportacion-mexico-oct2011.pdf>

4.8 PLAN DE ESTIBA

Se enviará en un contenedor de 20', con 12 euro pallets con 42 cajas en cada pallet. El peso bruto es de 403.2 y vol.m3 es de 10.46

4.9 DOCUMENTOS Y TRÁMITES

Los documentos que se utilizarán para la exportación son:

- a) Factura comercial. (anexo3)
- b) Lista de empaque.
- c) Pedimento de Exportación.
- d) Certificado SAGARPA.
- e) Certificado SEMARNAT.
- f) Certificado de origen.(anexo4)

- g) Conocimiento de embarque. (anexo5)
- h) Carta encomienda.
- i) Carta instrucciones.
- j) Fichas técnicas.
- k) Hojas de seguridad.

4.10 CONTRATOS Y FORMAS DE PAGO

Contrato de compraventa internacional de mercaderías

Es el acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, a través del cual se transfiere la propiedad de mercancías que serán transportadas a otro territorio, teniendo como contraprestación el pago de un precio.

En el comercio internacional, el contrato de compraventa es una figura legal necesaria para llevar a cabo una transacción seria y ordenada. El contrato delimita obligaciones y responsabilidades de forma que, tanto comprador como vendedor, están claros en lo pactado, lo cual evita malentendidos.

Si bien el contrato no es una garantía de pago para el exportador o importador, si es un instrumento útil para superar las barreras culturales e idiomáticas que puedan afectar el buen resultado del negocio. (anexo6)

- **Forma de pago**

Se negociará para que esa sea la forma de pago. La forma de pago que se utilizará será carta de crédito irrevocable y a la vista se sugiere esta forma de pago para las 2 empresas sin embargo por usos y costumbres ya que las transacciones se hacen por transferencia electrónica con esto no se confía que se vaya hacer el pago correspondiente, sin embargo en el contrato se pactará que el 50% se pagará por anticipado y el 50% al momento del embarque y se tendrá la seguridad que se le mandara BL para mayor seguridad.

4.11. PROGRAMA DE ACTIVIDADES A CORTO PLAZO.

ACTIVIDAD	PERIODO 2014- 2015																							
	2014 (meses)											2015 (meses)												
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
FORMULACIÓN PLAN DE EXPORTACIÓN	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■													
DISEÑO DE ENVASE						■	■	■	■	■	■													
CONTRATO DE PERSONAL							■	■	■	■	■	■												
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL												■	■											
PROGRAMA DE VENTAS													■	■										
TRÁMITES DE DOCUMENTOS															■	■								
CONTACTO CON EL CLIENTE														■	■	■	■							
1ª EXPORTACIÓN																		■						
RECUPERAR LA INVERSIÓN																			■	■	■	■		
2ª EXPORTACIÓN																								■

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Propuestas.

- Innovar en el producto.
- Campañas de publicidad nacionales e internacionales.
- La incursión en ferias de productos.
- Investigación comercial en diferentes países.
- Pruebas de aceptación del producto en el país exportado.
- Análisis de necesidades y requisitos del país a exportar.
- Búsqueda de soluciones o satisfacción de necesidades.
- Comercializar el producto.
- Sondeos para verificar la correcto uso del producto.

Conclusión.

Exportar es GANAR – GANAR, La exportación consiste en obtener beneficios mediante la venta de productos o servicios en mercados exteriores. Vender a clientes extranjeros atendéndolos con tanto éxito que la empresa crezca y prospere.

Con los estudios realizados en esta tesis permite distinguir diversas razones por las cuales las empresas ingresan a los mercados internacionales. Entre ellas destacan, la búsqueda de mayor rentabilidad por sus activos, el interés por generar economías de escala, mejorar su nivel de competitividad y enfrentar las limitaciones de tamaño del mercado doméstico, entre otras.

En este misma línea y en cuanto a los factores que posibilitan una gestión exportadora viable, resalta el encontrar una actitud emprendedora hacia la

inserción de la empresa en el mundo exportador, lo que (y según lo podemos también apreciar en los casos aquí incluidos) se traduce en un alto nivel de optimismo, pro actividad y de desafío. Luego, se hace indispensable verificar que se cuente con los conocimientos apropiados (características de los mercados, procedimientos de exportación, etc.), con los activos necesarios, con un capital humano capacitado y un proceso de exportación debidamente establecido.

Una vez tomada la decisión de exportar, se deben identificar los productos potencialmente exportables, los mercados específicos a abordar, la oferta exportable y los costos de exportación, entre otros factores. Queda claro que en todo esto, los canales de exportación son un aspecto clave en el esfuerzo por llegar a los mercados internacionales.

ANEXOS

ANEXO 1

Norma Oficial Mexicana NOM-182-SSA1-2010, Etiquetado de nutrientes

1. Objetivo y campo de aplicación

1.1 Esta norma establece las características y especificaciones que deben aparecer en las etiquetas de los nutrientes vegetales sujetos a registro, con excepción de los reguladores de crecimiento tipo 3. El etiquetado de los reguladores de crecimiento tipo 3 se sujetará a las especificaciones establecidas para los plaguicidas agrícolas, de conformidad con la Norma Oficial Mexicana vigente para este tipo de productos.

1.2 Esta norma es de observancia obligatoria para personas físicas y morales que se dediquen al proceso de los nutrientes vegetales en el territorio nacional.

2. Referencias

Esta norma se complementa con las siguientes Normas Oficiales Mexicanas o con las que las sustituyan:

2.1 Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCFI-2002, Sistema General de Unidades de Medida.

2.2 Norma Oficial Mexicana NOM-045-SSA1-1993, Plaguicidas. Productos para uso agrícola, forestal, pecuario, de jardinería, urbano e industrial. Etiquetado.

2.3 Norma Oficial Mexicana NOM-077-FITO-2000, Requisitos y especificaciones para la realización de estudios de efectividad biológica de los insumos de nutrición vegetal.

3. Definiciones, símbolos y abreviaturas

3.1 Definiciones

Además de las definiciones incluidas en el Reglamento en Materia de Registros,

Autorizaciones de Importación y Exportación y Certificados de Exportación de Plaguicidas, Nutrientes Vegetales y Sustancias y Materiales Tóxicos o Peligrosos, para efectos de esta Norma también se consideran las siguientes:

3.1.1 Composición garantizada: Es la expresión de la cantidad de los componentes activos en sus formas reconocidas y determinables.

3.1.2 Reguladores de crecimiento tipo 1: Reguladores de crecimiento a base de sustancias que se encuentran de forma natural en los tejidos de las plantas, ya sea que se obtengan por extracción, fermentación, síntesis u otros métodos; entre estas sustancias se incluyen, pero no se limita a las siguientes: auxinas, citoquininas, giberelinas, generadores de etileno, cofactores, inhibidores de desarrollo y retardantes de crecimiento. Este tipo de reguladores también son conocidos como fitohormonas u hormonas vegetales.

3.1.3 Reguladores de crecimiento tipo 2: Son productos a base de sustancias que son obtenidos por síntesis y que no se encuentran en forma natural en la planta.

3.1.4 Reguladores de crecimiento tipo 3: Productos cuya acción preponderante es la de plaguicida.

3.1.5 Reglamento: Reglamento en Materia de Registros, Autorizaciones de Importación y Exportación y Certificados de Exportación de Plaguicidas, Nutrientes Vegetales y Sustancias y Materiales Tóxicos o Peligrosos.

3.1.6 Secretaría: A la Secretaría de Salud.

3.2 Símbolos.

3.2.1 g: gramo.

3.2.2 ml: mililitro.

3.2.3 mm: milímetro.

3.2.4 g/kg: unidad de concentración dada en gramos por kilogramo.

3.2.5 g/l: unidad de concentración dada en gramos por litro.

3.2.6 %: Porcentaje.

3.3 Abreviaturas.

3.3.1 CA: Chemical abstracts.

3.3.2 IUPAC: International Union of Pure and Applied Chemistry.

3.3.3 NOM: Norma Oficial Mexicana.

4. Especificaciones

4.1 Características generales del etiquetado.

4.1.1 Las leyendas, representaciones gráficas o diseños incluidos en el etiquetado deben aparecer claramente visibles y fácilmente legibles, evitando el uso de dibujos o alegorías que confundan o induzcan al mal uso del producto. La tinta y en su caso el papel, el pegamento y materiales empleados deben resistir la acción de los agentes ambientales y las manipulaciones usuales de almacenamiento y transporte.

4.1.2 El lenguaje empleado debe ser claro y sencillo, no deben usarse ideas y/o frases, que tiendan a la posible ampliación o exageración de las cualidades o capacidades reales o que induzcan al mal uso del producto tales como: “etc., otros, amplia gama, los más diversos, casi todos, la mayoría, no tóxico o análogos”. Las palabras deben ser de uso común, evite tecnicismos que confundan al usuario. Deben evitarse frases de publicidad.

Pueden incluirse logotipos y/o mensajes para apoyar las recomendaciones de uso hechas en la etiqueta y orientar al usuario sobre el uso del producto.

4.1.3 Las unidades deben expresarse de acuerdo con el Sistema General de Unidades de Medida en concordancia con la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y la NOM-008-SCFI-2002, Sistema General de Unidades de

Medida.

4.1.4 Los textos y leyendas del etiquetado de los envases destinados al mercado nacional deben redactarse en idioma español.

Para el caso de productos que no vayan a ser aplicados o comercializados en el territorio nacional, es decir productos exclusivos para la exportación, las características, especificaciones e idioma de las etiquetas para éstos pueden ser diferentes a las establecidas en esta norma.

4.1.5 La información que debe contener la etiqueta es organizada en tres secciones: información sobre el producto, seguridad durante el manejo y recomendaciones de uso, correspondientes a los numerales 4.3, 4.4 y 4.5, respectivamente de esta norma.

Cuando la forma y las dimensiones del envase lo permitan, la información puede ser organizada en tres columnas, una central (numeral 4.3) y dos laterales (numerales 4.4 y 4.5).

4.1.6 Para envases de productos cuyo tamaño reducido impida adherir una etiqueta con toda la información requerida en los numerales 4.3, 4.4 y 4.5, se permite que en la cara principal del envase del producto se incluya la siguiente información mínima:

4.1.6.1 En la parte superior la leyenda “LEA EL INSTRUCTIVO ANEXO” o “ETIQUETA DE DOBLE VUELTA”.

4.1.6.2 Logotipo de la empresa.

4.1.6.3 Nombre comercial del producto.

4.1.6.4 Nombre del titular del registro.

4.1.6.5 Presentación y función del producto.

4.1.6.6 Composición garantizada.

4.1.6.7 Número de registro sanitario emitido por la autoridad competente.

4.1.6.8 Número de lote y fecha de caducidad.

4.1.6.9 En su caso símbolo, palabra de advertencia y frase de peligro, conforme al numeral 4.4.6.

El instructivo anexo o la etiqueta de doble vuelta que acompañe a cada envase, debe contener la información completa que indican los numerales 4.3, 4.4 y 4.5 de la presente Norma Oficial Mexicana.

4.1.7 En caso de que el producto se comercialice a granel, la información estipulada en los numerales 4.3, 4.4 y 4.5 de la presente Norma Oficial Mexicana, debe ser entregada por escrito (carta, etiqueta u otro) al comprador del producto, al momento de la adquisición del mismo. La información que se entrega por escrito debe cumplir con las disposiciones de esta norma.

En sacos de rafia se permite que la información estipulada en los numerales 4.3, 4.4 y 4.5 de la presente Norma Oficial Mexicana, se entregue por escrito (carta o etiqueta u otro) al comprador del producto, al momento de la adquisición del mismo. La información que se entrega por escrito debe cumplir con las disposiciones de esta Norma Oficial Mexicana.

4.2 Formato de la etiqueta.

La etiqueta debe contener la información que a continuación se menciona, dispuesta de arriba hacia abajo:

4.3 Sección: Información del producto.

4.3.1 Con un tamaño que no exceda del 50% del área central debe imprimirse el nombre comercial del producto y el logotipo del producto.

4.3.2 Abajo del nombre comercial debe indicarse la función del nutriente vegetal (fertilizante orgánico, fertilizante inorgánico, fertilizante órgano-mineral, mejorador

de suelo orgánico, mejorador de suelo inorgánico, inoculante, reguladores de crecimiento tipo 1 y 2 o humectante) y señalar el tipo de formulación del mismo (por ejemplo, granulado, polvo, gel y suspensión, entre otros).

4.3.3 Bajo el texto: Composición Garantizada, incluir la siguiente información:

4.3.3.1 En caso de fertilizantes inorgánicos, el porcentaje garantizado nominal de cada elemento nutriente (nutrientes primarios, secundarios o micronutrientes) en cualquiera de sus formas reconocidas y determinables.

4.3.3.2 En caso de fertilizantes orgánicos y órgano-minerales, el porcentaje garantizado nominal de cada elemento nutriente en cualquiera de sus formas reconocidas y determinables.

4.3.3.3 En el caso de mejoradores de suelo: inorgánico, orgánico y humectantes, el porcentaje garantizado nominal de cada componente activo en cualquiera de sus formas reconocidas y determinables.

4.3.3.4 En el caso de inoculantes, debe indicar el microorganismo o los microorganismos presentes, especificando el género, especie y contenido.

4.3.3.5 En el caso de Reguladores de crecimiento tipo 1, el porcentaje garantizado nominal de cada componente activo, incluyendo el nombre común y nombre químico de acuerdo con la nomenclatura de la IUPAC, cuando esté establecido.

4.3.3.6 Para reguladores de crecimiento tipo 2, contenido mínimo del ingrediente activo, expresado en porcentaje masa a masa y/o equivalente en g/l o g/kg, nombre común y nombre químico conforme a la nomenclatura de la IUPAC, en caso de no existir podrá incluir la nomenclatura CAS.

4.3.4 Número de registro sanitario emitido por la autoridad competente.

4.3.5 Lote, fecha de fabricación, contenido neto del producto y fecha de caducidad.

4.3.6 Nombre, dirección, teléfono y logotipo del titular del registro.

4.3.7 Si el producto es de origen nacional debe imprimirse la leyenda “HECHO EN MEXICO”. En el caso de productos de otro origen: “HECHO EN (País de origen)” de conformidad con la regulación vigente y aplicable.

4.3.8 En el caso de productos de importación a granel que sean envasados en México, debe imprimirse además la leyenda “ENVASADO EN MEXICO”.

4.4 Sección: Seguridad durante el manejo.

4.4.1 Debe imprimirse la leyenda “ALTO, LEA LA ETIQUETA ANTES DE USAR EL PRODUCTO” con letras del tamaño siguiente y remarcado en negrita.

4.4.1.1 Para envases con capacidad hasta 250 ml o 250 g, tamaño de letra no menor de 2 mm.

4.4.1.2 Para envases con capacidad de 251 ml o 251 g hasta 500 ml o 500 g, tamaño de letra no menor de 3 mm.

4.4.1.3 Para envases con capacidad de 501 ml o 501 g en adelante, tamaño de letra no menor de 5 mm.

4.4.2 Bajo el título “PRECAUCIONES Y ADVERTENCIAS DE USO” debe señalarse, en su caso, el equipo de protección adecuado para manipular el producto durante la preparación de mezclas, su aplicación y/o si se requieren equipos de seguridad especiales. Así como incluir las siguientes leyendas en forma de lista:

4.4.2.1 “NO COMA, BEBA O FUME CUANDO ESTE UTILIZANDO ESTE PRODUCTO”

4.4.2.2 “NO SE TRANSPORTE NI ALMACENE JUNTO A PRODUCTOS ALIMENTICIOS O ROPA”

4.4.2.3 “MANTENGASE FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS”

4.4.2.4 “LAVESE LAS MANOS DESPUES DE UTILIZAR EL PRODUCTO Y ANTES DE CONSUMIR ALIMENTOS”

4.4.2.5 “NO SE INGIERA Y EVITE EL CONTACTO DEL PRODUCTO CON LOS OJOS Y LA PIEL”

4.4.3 Incluir la leyenda “EN CASO DE PRESENTAR MOLESTIAS POR EL CONTACTO CON EL PRODUCTO, LLEVE A LA PERSONA CON EL MEDICO”.

4.4.4 Bajo el título “Primeros Auxilios”, señalar las medidas inmediatas que deben tomarse en caso de ingestión accidental, contacto cutáneo y/o contacto ocular con el producto.

4.4.5 Bajo el título “MEDIDAS PARA PROTECCION AL AMBIENTE”, incluir las leyendas siguientes en forma de lista:

4.4.5.1 “RESPETE LAS RECOMENDACIONES DE USO DEL PRODUCTO”

4.4.5.2 “MANEJE EL ENVASE VACIO Y LOS RESIDUOS DEL PRODUCTO CONFORME A LAS DISPOSICIONES ESTABLECIDAS EN SU LOCALIDAD”. Se puede omitir la referencia a “EL ENVASE VACIO” cuando el producto no se venda envasado.

4.4.5.3 “RESPETE LAS BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS” Además en los casos en los que aplique, deberán incluirse las siguientes leyendas:

TABLA 1: LEYENDAS DE MEDIDAS DE PROTECCIÓN AL AMBIENTE.

Leyenda	Se aplicara en los casos indicados
“No tire los envases o empaques vacíos del producto en suelos, ríos, lagos, lagunas u otros cuerpos de agua”	Sólo para productos que se venden envasados.
“No vierta el remanente del producto o agua	Sólo para productos que se apliquen

de lavado del equipo de aplicación, en suelos, ríos, lagos, lagunas u otros cuerpos de agua”	mezclados con agua y con equipos de aplicación que requieran lavado.
“No vierta el remanente del producto en suelos, ríos, lagos, lagunas u otros cuerpos de agua”	Sólo para productos que se apliquen mezclados con agua.
“No vierta el agua de lavado del equipo de aplicación, en suelos, ríos, lagos, lagunas u otros cuerpos de agua”	Sólo cuando se utilicen equipos de aplicación que requieran lavado.
“Respete las dosis y época de aplicación del producto”	Sólo cuando se establezcan dosis y época de aplicación.
“Particularmente en suelos arenosos o terrenos cercanos a ríos, lagos o lagunas o con mantos de agua someros, aplique de acuerdo a las necesidades de nitrógeno de su cultivo y divida en varias aplicaciones para su máximo aprovechamiento” “No aplique este producto antes de una lluvia”	Para productos que contengan nitrógeno y se apliquen al suelo

4.4.6 De acuerdo con lo que establece el Reglamento con relación al requisito de corrosividad y cuando el interesado indique que el producto es corrosivo, se debe colocar el siguiente símbolo, la palabra de advertencia “ATENCION” y la frase de peligro “PROVOCA IRRITACION CUTANEA”, ocupando un área del 10% de la presente sección, de la siguiente forma:



Atención

Provoca irritación cutánea

4.5 Sección: Recomendaciones de uso.

4.5.1 Bajo la leyenda “INSTRUCCIONES DE USO”, incluir lo señalado en los siguientes numerales:

4.5.2 Información general del producto. Debe contener la forma de actuar del producto y los beneficios que se obtienen con su aplicación.

4.5.3 Señalar la aplicación en cultivos, dosis y época de aplicación, a excepción de los fertilizantes y mejoradores de suelo inorgánicos.

4.5.4 Métodos para preparar y aplicar el producto, señalando las formas de abrir el envase; medir, diluir, mezclar o agitar el contenido, según sea el caso.

4.6 Información complementaria opcional. La etiqueta podrá contener la información contenida en el presente apartado, en tanto no se contraponga o interfiera con las especificaciones e información establecidas en esta norma.

La información contenida en el presente apartado podrá ser colocada en la etiqueta y sólo tendrá un valor informativo y será responsabilidad únicamente del titular del registro. Dicha información no será sujeta de vigilancia sanitaria.

4.6.1 El producto puede acompañarse de inserto o folleto en una lengua nativa de México, contendrá la información establecida en el numeral 4.3, 4.4 y 4.5.

4.6.2 Puede señalarse la garantía del producto que se otorga de acuerdo con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

5. Concordancia con normas internacionales y mexicanas

Esta norma concuerda parcialmente con:

5.1 Directrices para el etiquetado correcto de los plaguicidas de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura la Alimentación (FAO)

5.2 El Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos, en su capítulo 3.2 "Corrosión/Irritación cutáneas".

6. Bibliografía

6.1 Diccionario de Fertilizantes de la Asociación de Distribuidores de Nutrientes Vegetales de América Latina.

6.2 Ley de Productos Orgánicos.

6.3 Ley General de Salud.

6.4 Ley Federal de Sanidad Vegetal.

6.5 Naciones Unidas, 2007. Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos (SGA).

6.6 NMX-Z-009-1978 Emblema Denominado "Hecho en México".

6.7 Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Directrices para el etiquetado correcto de los plaguicidas.

6.8 Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de Actividades, Establecimientos, Productos y Servicios.

6.9 Reglamento en Materia de Registros, Autorizaciones de Importación y Exportación y Certificados de Exportación de Plaguicidas, Nutrientes Vegetales y

Sustancias y Materiales Tóxicos o Peligrosos.

7. Observancia de la norma.

La vigilancia de la presente norma está a cargo de la Secretaría de Salud y de los Gobiernos de las Entidades Federativas, en el ámbito de sus respectivas competencias.

8. Vigencia.

8.1 Esta norma entrará en vigor, a los 360 días naturales después de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

8.2 No se permitirá el etiquetado de productos nutrientes vegetales de forma diferente al establecido en esta norma después de un plazo no mayor a los 360 días naturales después de su entrada en vigor, periodo en el cual las empresas deberán agotar sus existencias de etiquetas o envases litografiados.

9. Evaluación de la conformidad

9.1 La Secretaría de Salud solicitará y/o evaluará las etiquetas de todos los productos nutrientes vegetales a los particulares, lo anterior de conformidad con lo establecido en la regulación vigente y aplicable.

9.2 El personal de la Secretaría de Salud realizará los trabajos de inspección y vigilancia que sean necesarios, tanto en las industrias que formulan nutrientes vegetales como en los establecimientos que los distribuyen, para determinar que las etiquetas aprobadas durante el trámite de registro antes mencionado sean las que efectivamente se emplean.

Anexo 2

MODIFICACION DE LA NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-077-FITO-2000, POR LA QUE SE ESTABLECEN LOS REQUISITOS Y ESPECIFICACIONES PARA LA REALIZACION DE ESTUDIOS DE EFECTIVIDAD BIOLOGICA DE LOS INSUMOS DE NUTRICION VEGETAL

INDICE

1. Objetivo y campo de aplicación.
2. Definiciones.
3. Especificaciones.
4. Criterios de dictamen.
5. Concordancia con normas internacionales.
6. Sanciones.
7. Observancia de la norma.
8. Procedimiento de evaluación de la conformidad.

TRANSITORIOS

Apéndice "A" (Normativo) Apéndice "B" (Normativo)

1. Objetivo y campo de aplicación

1.1. La presente Norma Oficial Mexicana es de observancia obligatoria y establece las especificaciones, criterios y procedimientos para regular los estudios de efectividad biológica de los insumos de nutrición vegetal en todo el territorio nacional.

1.2. Es aplicable a fertilizantes orgánicos, mejoradores orgánicos o biológicos de suelo, inoculantes, reguladores de crecimiento vegetal y humectantes, solos o combinados entre sí y/o con productos inorgánicos.

1.3. Los siguientes productos no forman parte de aplicación de la presente Norma Oficial Mexicana:

1.3.1. Los fertilizantes inorgánicos elaborados con base en nutrientes primarios y/o secundarios y/o micronutrientes (quelatados o no) al igual que sus mezclas, dado que su efectividad en las plantas es plenamente conocida.

1.3.2. Los mejoradores inorgánicos de suelo elaborados con base en nutrientes secundarios al igual que sus mezclas, dado que su efectividad es plenamente conocida.

1.3.3. Los productos de uso exclusivamente intermedio, utilizados como materia prima para la formulación de otros insumos de nutrición vegetal.

1.3.4. La urea por su desempeño suficientemente conocido.

2. Definiciones:

Para efecto de la presente Norma Oficial Mexicana se entiende por:

Efectividad Biológica: Resultado conveniente que se obtiene al aplicar un insumo de nutrición vegetal.

Etiqueta: Conjunto de dibujos, figuras, leyendas e indicaciones específicas grabadas o impresas en los envases y embalajes, la cual cumple con lo establecido en la normatividad vigente.

Fertilizante inorgánico: Insumo de nutrición vegetal elaborado con base en nutrientes primarios y/o nutrientes secundarios y/o micronutrientes que se presentan en forma mineral.

Fertilizante orgánico: Insumo de nutrición vegetal cuya función principal es aportar nutrientes para las plantas, los cuales proceden de materiales que

contienen carbono de origen animal y/o vegetal.

Humectante: Sustancia o mezcla de sustancias que, aplicada al suelo, favorece la retención de agua para las plantas.

Inoculante: Insumo de nutrición vegetal elaborado con base en microorganismos que, al aplicarse al suelo o a las semillas, favorece el aprovechamiento de los nutrientes, o bien en asociación con la planta o su rizósfera.

Insumo de nutrición vegetal: Cualquier sustancia o mezcla de ellas que contenga elementos útiles para la nutrición y desarrollo de los vegetales.

Laboratorio de pruebas: Persona moral acreditada y aprobada para realizar estudios de efectividad biológica de los insumos de nutrición vegetal, en los términos establecidos en la Ley Federal de Sanidad Vegetal y en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Mejorador de suelo: Sustancia orgánica o inorgánica capaz de modificar las propiedades y características físicas, químicas o biológicas del suelo.

Micronutrientes: Nutrientes minerales que las plantas requieren en pequeñas cantidades y comprenden al hierro (Fe), manganeso (Mn), boro (B), cobre (Cu), zinc (Zn), molibdeno (Mo), cloro (Cl) y cobalto (Co).

Nutrientes primarios: Nutrientes minerales que las plantas requieren en grandes cantidades y comprenden al nitrógeno (N), fósforo (P) y potasio (K).

Nutrientes secundarios: Nutrientes minerales que las plantas requieren en cantidades intermedias y comprenden al magnesio (Mg), calcio (Ca) y azufre (S).

Registro de insumos de nutrición vegetal: Proceso mediante el cual la autoridad competente aprueba la venta y suministro de un insumo de nutrición vegetal.

Regulador de crecimiento: Insumo de nutrición vegetal con base en moléculas orgánicas que favorece o inhibe los procesos celulares tales como división, alargamiento y diferenciación celular en las plantas.

Secretaría: La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y

Alimentación. Testigo absoluto: Tratamiento integrado en el diseño experimental que sirve como punto de referencia para medir la efectividad biológica de un producto en evaluación.

3. Especificaciones

3.1. Los estudios de efectividad biológica se realizarán en los cultivos que designe la Secretaría a partir de una lista propuesta por el particular. En el caso en que el particular designe el cultivo donde se evaluará la efectividad biológica del insumo de nutrición vegetal correspondiente y con base en los resultados del estudio, la Secretaría dictaminará el uso del insumo para todos los cultivos de la misma familia botánica.

3.1.1. Si el particular considera que su producto se registre con recomendación para cultivos de distintas familias botánicas, debe proponer a la Secretaría la designación del cultivo en el cual se evaluará el insumo, con base en una lista de cultivos en donde se incluyan las dosis, épocas y métodos de aplicación que proporcione a ésta; en este caso, la Secretaría dará respuesta en un plazo no mayor a 15 días hábiles.

3.1.2. Para la realización de estudios de efectividad biológica de los insumos de nutrición vegetal, el particular presentará un protocolo de investigación, el cual será elaborado por el laboratorio de pruebas acreditado y aprobado, que desarrollará el estudio conforme a lo establecido en el Apéndice "A"

(Normativo).

3.2. Procedimiento para la realización de estudios de efectividad biológica de los insumos de nutrición vegetal.

3.2.1. Los estudios de efectividad biológica de insumos de nutrición vegetal se realizarán por los laboratorios de pruebas acreditados y aprobados, con el fin de estar acorde con la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y con el SEGUNDO TRANSITORIO de la presente Norma Oficial Mexicana.

3.2.2. Se utilizará un diseño que indique el arreglo y distribución de la unidad experimental con un mínimo de tres repeticiones, incluyendo por lo menos tres dosis a evaluar y un testigo absoluto.

3.2.3. Se permite la utilización de otros insumos de nutrición vegetal o plaguicidas en el desarrollo del estudio, siempre y cuando éstos no interfieran en los resultados del insumo de nutrición vegetal que se estudia, siendo responsabilidad del profesional encargado del mismo el presentar la justificación del uso y la comprobación correspondiente en el informe final y/o cuando se le solicite.

3.3. El procedimiento para obtener el dictamen técnico por parte de la Secretaría se ajustará a lo establecido en el Apéndice "B" (Normativo).

4. Criterios de dictamen

4.1. Del estudio.

La Secretaría dictaminará favorablemente el estudio siempre que:

- a) El procedimiento seguido corresponda al que se planteó en el protocolo de investigación entregado y aceptado para el desarrollo del estudio de efectividad biológica; y
- b) Que el informe final del estudio contenga los aspectos relevantes del mismo, en cuanto al efecto del insumo estudiado; de particular importancia será el análisis estadístico que permita constatar el resultado del estudio.

4.2. De los resultados del estudio.

La Secretaría dictaminará que se registre el insumo de nutrición vegetal evaluado, siempre que:

- a) Su aplicación no haya causado daños a las plantas, al menos en alguno de los tratamientos utilizados;

b) En aquellos tratamientos donde no se presentaron daños a las plantas y los principales parámetros de estimación de la efectividad biológica contemplados en el protocolo de investigación, hayan registrado cambios estadísticamente significativos con relación al testigo absoluto, de acuerdo a los objetivos del estudio.

4.3. La Secretaría emitirá el dictamen de efectividad biológica con base en la garantía de composición declarado por el laboratorio de pruebas acreditado y aprobado que realizó el estudio de prueba de efectividad biológica (contenido de cada uno de los ingredientes, organismos, compuestos o sustancias expresados en unidades internacionales, referentes al tipo de formulación de un insumo vegetal), conforme a las especificaciones, criterios y requisitos establecidos en el Apéndice "B" (Normativo).

5. Concordancia con normas internacionales

Esta Norma Oficial Mexicana no tiene concordancia con ninguna norma internacional, por no existir referencia al momento de su elaboración.

6. Sanciones

El incumplimiento a las disposiciones establecidas en esta Norma Oficial Mexicana se sancionará conforme a lo establecido por la Ley Federal de Sanidad Vegetal y la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Este incumplimiento también dará como resultado que el estudio de efectividad biológica correspondiente sea invalidado.

7. Observancia de la Norma

Corresponde a la Secretaría la vigilancia de las disposiciones establecidas en esta Norma Oficial Mexicana.

8. Procedimiento de evaluación de la conformidad

El cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta Norma Oficial Mexicana serán verificadas por personal oficial de la Secretaría.

8.1. Es motivo de verificación para los particulares:

8.1.1. Contar con el protocolo de investigación del estudio de prueba de efectividad biológica.

8.1.2. Contar con el informe final de investigación elaborado por el investigador, a efecto de constatar que cumpla con el protocolo original, así como con los criterios requeridos para el dictamen técnico.

Anexo 3

Factura comercial

Date of Export: <i>Fecha de Exportación</i>				Invoice num.: <i>Número de factura</i>				
Shipper/Exporter (complete name and address): <i>Remitente/Exportador</i>				Recipient (complete name and address): <i>Destinatario</i>				
Country of export: <i>País exportador</i>				Importer - if other than recipient- (complete name and address): <i>Importador</i>				
Country of manufacture: <i>País de fabricación</i>								
Country of ultimate destination: <i>País de último destino</i>								
				Currency: <i>Moneda</i>				
Marks/Nos <i>Número de orden</i>	No. of packages <i>Número de paquetes</i>	Type of packaging <i>Tipo de embalaje</i>	Full Description of goods <i>Descripción completa de la mercancía</i>	Qty <i>Cant.</i>	Units of measure <i>Unidad de medida</i>	Weight <i>Peso</i>	Unit value <i>Valor unitario</i>	Total Value <i>Subtotales</i>
	Total No. of pack. <i>Número total de paquetes</i>					Total Weight <i>Peso total</i>		Total Invoice Value <i>Importe total factura</i>
I declare all the information contained in this invoice to be true and correct <i>Declaro que toda la información contenida en la presente factura es veraz y correcta</i>							INCOTERMS: <i>Términos de entrega de la mercancía</i>	
Signature of shipper/exporter (name and title and sign) <i>Firma del remitente / exportador (nombre, cargo y firma)</i>				Date: <i>Fecha</i>				
_____				_____				

ANEXO 4

CERTIFICADO DE ORIGEN

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LAS REPÚBLICAS DE COSTA RICA, EL SALVADOR, GUATEMALA, HONDURAS Y NICARAGUA CERTIFICADO DE ORIGEN

Llenar a máquina o con letra de molde o de imprenta. Este documento no será válido si presenta alguna raspadura, tachaduras o enmiendas.

1. Nombre y domicilio del exportador: Teléfono: _____ Fax: _____ Número de Registro Fiscal: _____		2. Período que cubre: D M A D M A De: ___/___/___/ A: ___/___/___/				
3. Nombre y domicilio del productor: Teléfono: _____ Fax: _____ Número de Registro Fiscal: _____		4. Nombre y domicilio del importador: Teléfono: _____ Fax: _____ Número de Registro Fiscal: _____				
5. Descripción de la(s) mercancía(s):	6. Clasificación arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Método utilizado VCR	9. Productor	10. Otras instancias	11. País de origen
12. Observaciones:						
13. Declaro bajo protesta de decir verdad o bajo juramento que: <ul style="list-style-type: none"> - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Las mercancías son originarias y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el Artículo 4.18 (Transbordo y Expedición Directa) del Tratado. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado de origen, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. <p>Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.</p>						

- Campo N^o. 2: Deberá llenarse solo en caso de que el certificado ampare varias importaciones de bienes idénticos a los descritos en el campo 5, que se importen a alguna de las Partes en un período específico no mayor de un año contado a partir de la fecha de su firma (período que cubre). La palabra "DE" deberá ir seguida por la fecha (día/mes/año) a partir de la cual el certificado ampara el bien descrito (esta fecha podrá ser posterior a la de la firma del certificado). La palabra "A" deberá ir seguida por la fecha (día/mes/año) en la que vence el período que cubre el certificado. La importación del bien sujeto a trato arancelario preferencial con base en este certificado deberá efectuarse dentro de las fechas indicadas.
- Campo N^o. 3: Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo ciudad y país), número de teléfono, o fax y el número de registro del productor. En caso de que el certificado ampare bienes de más de un productor, anexe una lista de los productores adicionales, indicando para cada uno de ellos los datos anteriormente mencionados y haciendo referencia directa al bien descrito en el campo 5. Cuando se desee que la información contenida en este campo sea confidencial, podrá señalarse de la siguiente manera: "disponible a solicitud de la autoridad competente". En caso de que el productor y el exportador sean la misma persona, indique la palabra "mismo".
- Campo N^o. 4: Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo ciudad y país), número de teléfono, o fax y el número de registro del importador. En caso de no conocerse la identidad del importador, indicar la palabra "desconocido". Tratándose de varios importadores, indicar la palabra "diversos".
- Campo N^o. 5: Proporcione una descripción completa de cada bien. La descripción deberá ser suficiente para relacionarla con la descripción contenida en la factura, así como la descripción que corresponda al bien en el Sistema Armonizado. En caso de que el certificado ampare una sola importación, deberá indicarse la cantidad y unidad de medida de cada bien, incluyendo el número de serie, cuando éste exista, así como el número de factura, tal como aparece en la factura comercial. En caso de desconocerse, deberá indicarse otro número de referencia único, como el número de orden de embarque.

Campo N^o. 6: Declare la clasificación arancelaria a seis dígitos que corresponda en el Sistema Armonizado a cada bien descrito en el campo 5. En caso de que el bien esté sujeto a una regla específica de origen que requiera ocho dígitos de conformidad con el anexo al artículo 5-03 del Tratado, deberá declararse a ocho dígitos la clasificación arancelaria que corresponda en el país a cuyo territorio se importa el bien.

Campo N^o. 7: Indique el criterio (de la A a la F) para cada bien descrito en el campo 5. Para poder gozar del trato arancelario preferencial, cada bien deberá cumplir con alguno de los siguientes criterios. (Las reglas de origen se encuentran en el capítulo V y en el anexo al artículo 5-03 del Tratado).

Criterios para trato preferencial:

- A. sea un bien obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o ambas Partes;
- B. sea producido en el territorio de una o ambas Partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de conformidad con el capítulo V del Tratado;
- C. sea producido en el territorio de una o ambas Partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, según se especifica en el anexo al artículo 5-03 del Tratado y se cumplan las demás disposiciones aplicables del capítulo V del Tratado;
- D. sea producido en el territorio de una o ambas Partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos y el bien cumpla con un requisito de valor de contenido regional, según se especifica en el anexo al artículo 5-03 del Tratado y se cumplan con las demás disposiciones aplicables del capítulo V del Tratado;
- E. sea producido en el territorio de una o ambas Partes y cumpla con un requisito de valor de contenido regional, según se especifica en el anexo al artículo 5-03 del Tratado y se cumplan las demás disposiciones aplicables del capítulo V del Tratado;
- F. excepto para los bienes comprendidos en los capítulos 61 al 63 del Sistema Armonizado, el bien sea producido en el territorio de una o ambas Partes, pero uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción del bien no cumplan con

un cambio de clasificación arancelaria debido a que:

- i) el bien se ha importado a territorio de una Parte sin ensamblar o desensamblado, pero se ha clasificado como un bien ensamblado de conformidad con la Regla General 2(a) del Sistema Armonizado;
- ii) la partida para el bien sea la misma tanto para el bien como para sus partes y esa partida no se divida en subpartidas o la subpartida sea la misma tanto para el bien como para sus partes;

- Campo N^o. 8: Para cada bien descrito en el campo 5, cuando el bien no esté sujeto a un requisito de valor de contenido regional (VCR), escriba "NO". Cuando esté sujeto a dicho requisito indique "VT" cuando el VCR del bien haya sido calculado con base en el método de valor de transacción, o "CN" cuando el VCR del bien haya sido calculado con base en el método de costo neto. Si el VCR se calculó de acuerdo al método de costo neto, indique las fechas de inicio y conclusión (dia/mes/año) del periodo de cálculo. (Referencia: párrafo 4, sección B, anexo al artículo 5-01 del Tratado).
- Campo N^o. 9: Este campo deberá ser llenado únicamente cuando el exportador sea el productor del bien. Si para el cálculo del origen del bien se utilizó alguna de las otras instancias para conferir origen, indique lo siguiente: "DMI" (*de minimis*), "MAI" (materiales intermedios), "ACU" (acumulación) y "BMF" (bienes y materiales fungibles). Si ninguna instancia fue considerada, indique "NO".
- Campo N^o. 10: Este campo sólo deberá ser utilizado cuando exista alguna observación en relación con este certificado.
- Campo N^o. 11: Este campo deberá ser llenado, firmado y fechado por el exportador. La fecha deberá ser aquella en que el certificado se llenó y firmó.

Anexo 5
CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

SHIPPER (PRINCIPAL) OR SELLER - LICENSEE AND ADDRESS		BOOKING NBR.	B/L NUMBER	
CONSIGNEE TO		SHIPPER'S AGENT (NAME AND ADDRESS - REFERENCES)		
NOTIFY PARTY/INTERMEDIATE CONSIGNEE (NAME AND ADDRESS)		DESTINATION DELIVERY AGENT (NAME AND ADDRESS)		
PLACE OF RECEIPT BY PRE-CARRIER	PORT OF LOADING	ACCEPTANCE POINT AND COUNTRY OF ORIGIN		
VESSEL VOYAGE	PORT OF TRANSIT	REFERENCES		
PORT OF DISCHARGE	PORT OF DESTINATION			
MARKS AND NUMBERS	NO. OF PKGS	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS	GROSS WEIGHT	MEASUREMENT
FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHT AND/OR MEASUREMENTS	PREPAID	COLLECT	(Terms of this bill of lading continued on reverse side hereof) IN WITNESS WHEREOF the Carrier by its agent has signed _____ Bills of lading, all of this tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void. Date at _____ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin: 10px auto; width: fit-content;"> This is SHIPPED on BOARD Bill of Lading when Validated </div> B/L NO. _____ BY _____	

Anexo 6

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte:, empresa constituida bajo las leyes de la República, debidamente representada por su, con Documento de Identidad N°, domiciliado en su Oficina principal ubicado en, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte S.A., inscrito en la Partida N° Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N°, debidamente representado por su Gerente General don, identificado con DNI N° Y señalando domicilio el ubicado en Calle, N°, Urbanización, distrito de, provincia y departamento de, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

- Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

- Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:
 - a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
 - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.
- Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará valida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo

- También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de días luego de recibidas las ordenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en (fecha).

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB (“Free on Board”) si el envío se hará por vía marítima, o FCA (“Free Carrier”, transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato.

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de EL VENDEDOR hasta que se haya completado el pago del precio por parte de EL COMPRADOR.

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fabrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR**.

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por **EL COMPRADOR**, **EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones:

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR**.

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a **EL VENDEDOR** ni a **EL COMPRADOR**, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de, a los Días del mes de 2012.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

BIBLIOGRAFÍA

Lara, M. (noviembre de 2010). reguladores de crecimiento . *febrero* .

Cassiraga, P. X. (15 de marzo de 2006). *eHow en español*. Recuperado el febrero de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/envio-tierra-estandar-hechos_421384/
Lizeth, A. (24 de agosto de 2010).

FAO, D. d. (febrero de 2004). *FAO*. (D. e. FAO, Productor) Recuperado el febrero de 2014, de <http://www.fao.org/docrep/007/y4632s/y4632s0g.htm>
hernandez, G. p. (18 de enero de 2011).

CETYS. Recuperado el febrero de 2014, de <https://sites.google.com/site/tratadosinternacionalesmexico/tlc-mexico---costa-rica>
Meneses-Florián, L. (24 de abril de 2006).

SciELO. (Liliana Meneses-Florián) Recuperado el febrero de 2014, de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34292006000100009&script=sci_arttext
OMC. (2009).

labor de la CMMA. Recuperado el febrero de 2014, de http://www.wto.org/spanish/tratop_s/envir_s/envir_req_s.htm
quintero, b. (s.f.)

Promexico. Recuperado el febrero de 2014, de http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Interactivos/Capacitacion_virtual/Formacion_integral_para_exportar/curso4/mc_cap004.html

Rubens, J. (2014). *vacation city*. Recuperado el febrero de 2014, de <http://es.vacationcity.com/information/agriculture/>
tecnica, D. d. (2008).

Deposito de documentos de la FAO. (d. d. tecnica, Productor) Recuperado el febrero de 2014, de <http://www.fao.org/docrep/007/y5673s/y5673s05.htm>
Voiribant, J. A. (29 de junio de 2006).

Red Revistas latinas científicas. Recuperado el febrero de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/729/72920817016.pdf>