

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“Exportación de zarzamora de la región de ziracuaretiro, Michoacán a Reino Unido”

Autor: Zaira Gallegos Rojas

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

**Nombre del asesor:
Víctor Gustavo Riveroll Armenta**

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

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

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





**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**“EXPORTACIÓN DE ZARZAMORA DE LA
REGIÓN DE ZIRACUARETIRO, MICHOACÁN A
REINO UNIDO”**

TESIS

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

ZAÍRA GALLEGOS ROJAS

Asesor:

VÍCTOR GUSTAVO RIVEROLL ARMENTA

No. De acuerdo LCI 031212 CLAVE 16PSU0011T

INTRODUCCIÓN.....	8
JUSTIFICACIÓN.....	10
OBJETIVO.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
HIPÓTESIS	13
CAPÍTULO 1.....	14
1. MARCO TEÓRICO.....	15
1.1 Los Clásicos	15
1.2 Adam Smith (1723 – 1790)	16
1.2.1 Teoría de Ventaja Absoluta.....	17
1.3 David Ricardo (1772 – 1823).....	19
1.3.1 Teoría de la Ventaja Competitiva.....	19
1.4 Modelo Heckscher –Ohlin	24
1.5 Michael E. Porter	25
1.5.1 Modelo de las Cinco Fuerzas.....	26
1.5.2 Diamante de Porter.....	30
1.6 Paul Krugman	32

CAPÍTULO 2.....	36
2. ASPECTOS PRODUCTIVOS.....	37
2.1 Producto.....	37
2.1.2 Definición del Producto	37
2.1.2.1 Descripción.....	39
2.1.2.2 Fruto	39
2.1.2.3 Flor	40
2.1.2.4 Propiedades.....	41
2.1.3 Variedades.....	41
2.1.3.1 Variedades en Michoacán	42
2.1.4 Estacionalidad.....	43
2.2 Producción.....	44
2.2.1 Cultivo	45
2.2.1.1 Preparación del Terreno.....	46
2.2.1.2 Replanteo y plantación.....	47
2.2.2 Riego.....	49
2.2.3 Calidad.....	50
2.2.4 Cosecha y Post cosecha.....	51
2.2.4.1 Maduración.....	52
2.3 Región de Cultivo - Contexto Inmediato Ziracuaretiro, Michoacán	
2.3.1 Entorno Nacional.....	53

2.3.2 Estado de Michoacán de Ocampo.....	54
2.3.3. Municipio de Ziracuaretiro Michoacán	56
CAPÍTULO 3.....	59
3 ANALISIS DEL MERCADO.....	60
3.1 Mercado	60
3.1.2 Producción mundial	61
3.1.3 Mercado Norteamericano.....	63
3.1.4 Mercado europeo.....	64
3.1.5 Mercado de destino General: Unión Europea.....	65
3.1.5.1 Economía	67
3.1.5.2 Tratado de Libre Comercio México – Unión Europea (TLCUE).....	69
3.2 Selección del Mercado de Destino.....	72
3.2.1 Reino Unido como destino Principal	73
3.2.1.1 Geografía.....	74
3.2.1.2 Clima	75
3.2.1.3 Demografía.....	75
3.2.1.4 Economía.....	77
3.3 Determinación del Mercado.....	80
3.3.1 Tabla de selección	81
3.3.2 Comercio México - Reino Unido	82

CAPITULO 4	86
4 EXPORTACIÓN	87
4.1 Envase, Embalaje y Etiqueta.....	87
4.1.1 Envase	87
4.1.2 Empaque	89
4.1.3 Etiquetado.....	89
4.1.3.1 El etiquetado de los alimentos según la legislación de la UE (Incluyendo Reino Unido).....	90
4.2 Logística de exportación	94
4.2.1 Clasificación Arancelaria	94
4.2.2 Regulaciones	95
4.2.2.1 Normas de calidad	96
4.2.2.2 Regulaciones Fitosanitarias.....	99
4.2.3 Documentación Necesaria	100
4.2.4 Canal de distribución.....	101
4.2.4.1 Canal de distribución Reino Unido	102
4.2.5 Términos Internacionales de comercialización	104
4.2.5.1 INCOTERM Seleccionado.....	105
4.2.6 Formas de pago.....	105
4.2.6.1 Forma de pago Utilizada	107
4.2.7 Seguros.....	107
4.3 Logística de comercialización.....	108
4.4 Tiempo de exportación.....	113
4.5 Cotización.....	114
CONCLUSIONES.....	115

ANEXOS.....119

GLOSARIO.....124

BIBLIOGRAFÍA128

INTRODUCCIÓN

La globalización es un término con el que día a día nos hemos estado involucrando, no solamente de manera teórica, en la práctica también es algo que se da constantemente. La integración económica y el flujo comercial de bienes y servicios que se ha ido dando entre los países en los últimos años han permitido que las puertas del comercio internacional se abran.

De esta manera las exportaciones juegan un papel muy importante en la economía de las naciones. Para México realizar este tipo de transacciones comerciales es clave, pues a partir de estas se da un desarrollo económico, político y social; esto, debido a los acuerdos a los que se llegan con otros países, a los empleos que se generan y a la entrada de divisas.

Para realizar exportaciones de calidad se ocupan realizar proyectos que permitan ver como se llevan a cabo los procesos productivos y de comercialización, con lo que productores y exportadores tendrán la oportunidad de adquirir los conocimientos necesarios para exportar sus productos expandiendo los mercados a los que México llega.

De ahí que esta investigación se haya dedicado al análisis de los diversos aspectos necesarios para que se lleve a cabo una exportación exitosa a otros países diferentes a Los Estados Unidos, con la finalidad de diversificar la economía mexicana, tomando como destino meta El Reino Unido, un mercado nuevo pero al cual se puede llegar perfectamente haciendo efectivos los tratados comerciales que nuestro país tiene como el TLCUE.

Dentro de la investigación se abordará todo lo relacionado con la zarzamora y su producción, haciendo una descripción del producto y de los requerimientos

climáticos que este necesita así como de las características que debe poseer la tierra donde se produce; en este caso Ziracuaretiro Michoacán.

Además se hará un análisis de los mercados, tomando en cuenta los datos más sobresalientes que nos ayudarán a determinar que el mercado Meta es Viable.

De esta manera se ampliara la visión de cómo realizar una exportación de uno de los principales productos que nuestro estado produce la Zarzamora.

JUSTIFICACIÓN

México es un país que cuenta con una enorme diversidad de riquezas naturales que lo colocan en un lugar privilegiado en comparación con otros países, gracias a esto, en los últimos 17 años el cultivo de los denominados frutales menores dentro de los cuales se encuentra la zarzamora ha tenido un crecimiento exponencial, permitiendo aprovechar el producto en el mercado nacional e internacional.

Por otro lado el estado de Michoacán posee excelentes condiciones de clima, suelo y agua, cualidades que se fusionan para dar como resultado una tierra próspera, considerada la principal productora de de zarzamora en México, aportando el 96% de la producción nacional¹ y surtiendo a los mercados tanto nacionales como internacionales de zarzamora de la mejor calidad.

Las exigencias de clima que la zarzamora requiere son las que se presentan en los municipios de Zamora, Los Reyes, Tangancícuaro, Peribán, Uruapan y Ziracuaretiro. Es importante destacar que la principal zona de producción del estado es la Región de los Reyes, sin embargo el municipio de Ziracuaretiro gracias a sus excelentes condiciones, ha demostrado ser un proveedor michoacano potencial.

Hablando de consumidores, Estados Unidos de América es el principal comprador de zarzamora que nuestro país tiene, según datos de la Secretaría de Economía este país acapara el 97.87% de las exportaciones mexicanas de

¹ SAGARPA

la frutilla; por la cercanía geográfica y a las facilidades existentes otorgadas por el TLCAN.

Debido a esto surgió la idea de elaborar todo un proyecto que tiene la finalidad de demostrar que existen otros mercados viables para la exportación de Zarzamora proveniente de Ziracuaretiro; mercados como la Unión Europea, que también nos ofrecen las facilidades arancelarias que nos otorgan Los Estados Unidos, y sobre todo que nos permiten diversificar las divisas que ingresan al país.

OBJETIVO

Describir el entorno en el que se desarrolla el proceso productivo y de comercialización de la Zorzamora que se produce en el Municipio de Ziracuaretiro Michoacán. Además de dar a conocer la logística de exportación que se debe realizar para llegar a un país como el Reino Unido.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer el proceso productivo y de comercialización de la zorzamora, con el fin de estar involucrados al 100% en cada una de las etapas del proceso y así poder llevar a cabo una exportación eficiente.
2. Seleccionar un Mercado Meta Viable dentro de la Unión Europea.
3. Analizar la viabilidad de exportar la Zorzamora al Reino Unido, con la finalidad de diversificar los mercados y las divisas que entran a nuestro país.

HIPÓTESIS

Michoacán es el principal productor de zarzamora en la República Mexicana, El Municipio de Ziracuaretiro, Michoacán; posee los recursos naturales y las características necesarias para la producción de zarzamora de calidad exportable; por lo tanto es un lugar idóneo para producir; que con sus cualidades geográficas, climáticas, con apoyo y asistencia, puede tener producciones potenciales orientadas a la exportación altamente competitivas a un mercado diferente del Norteamericano, con el fin de diversificar el mercado y las divisas.

El Reino Unido es un destino interesante y nuevo para las exportaciones mexicanas de zarzamora, al cual se puede llegar, satisfaciendo a los clientes con productos de calidad y de precio competitivo, utilizando una logística de comercialización correcta y apoyándose de los tratados comerciales que existen con la Unión Europea.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1. Marco Teórico

Se podría decir que el pensamiento de la economía internacional se divide en dos grandes áreas: las finanzas internacionales, centradas en una teoría monetaria centrada en el corto plazo, y el Comercio Internacional cuya teoría principal se preocupa por los aspectos reales de las relaciones económicas entre las naciones y las tendencias en el largo plazo. El comercio Internacional contemplado desde sus albores tenemos:

1.1 Los Clásicos

A finales del siglo XVIII se dio una serie de cambios que habrían de modificar las relaciones económicas predominantes en el mundo capitalista en consecuencia las doctrinas económicas también evolucionaron en la búsqueda de los nuevos fenómenos que desarrollaban. Una serie de acontecimientos importantes ocurridos desde finales del siglo XVIII provocaron que el capitalismo comercial evolucionara hasta convertirse en capitalismo industrial, por ello surgió una serie de economistas que desarrollaron una doctrina económica basada en el análisis económico. A esta doctrina se le llama sistema clásico y sus representantes, economistas clásicos. Los principales representantes del sistema clásico fueron Adam Smith (1723 – 1790) y David Ricardo (1772 – 1823), tomando en cuenta que Tomás Roberto Malthus (1766 – 1834) hizo también algunas contribuciones interesantes.

Las características principales de la doctrina clásica fueron:

- Su investigación económica fue ordenada y sistemática, es decir científica y estaba destinada a descubrir leyes económicas.

- Estudiaron los principios del funcionamiento del sistema capitalista de su tiempo.
- Se refiere al proceso histórico que dio origen al capitalismo y, en parte, a la evolución futura del sistema.
- Buscaban dar una idea general del comportamiento de la economía.
- Contribuciones importantes hechas por Adam Smith y David Ricardo.²

1.2 Adam Smith (1723 – 1790)

La principal obra de Smith es *La Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*, publicada en 1776 y conocida con el nombre de *La riqueza de las naciones*.³

Adam Smith afirmaba que cada capitalista al buscar su propio beneficio, buscaba el de los demás, por lo que no se requería la inversión del estado en la economía. Pensaba que la economía estaba regida por una “*mano invisible*”; es decir, que tenía un orden natural, por lo que el Estado no debía de intervenir en asuntos económicos. Asimismo afirmaba que las actividades del estado debían reducirse al mínimo y su política era el propiciar el “*Laissez faire, laissez passer*” (Dejar hacer, dejar Pasar). Derivado de sus estudios Adam Smith, encontró que las condiciones que guardan algunas economías, les permiten condiciones favorables que las denominó Ventajas Absolutas y plasmó en su teoría de la Ventaja Absoluta.

² Fundamentos de Economía, J. Silvestre Méndez M., Mc Graw Hill, p. 72

³ *Ibíd.* P.73

1.2.1 Teoría de la Ventaja Absoluta

Teoría anunciada por Adam Smith, según la cual cada país se especializa en producir aquellas mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor costo medio de la producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional.

Para formular su pensamiento sobre el comercio internacional Adam Smith se basó en uno de los conceptos clave de todo su análisis, la división internacional del trabajo, fuente del crecimiento de la productividad de los trabajadores y de la generación de riqueza. Este principio significa que cada individuo se especializa en la producción de ciertos bienes o servicios que posteriormente, intercambiará por otros bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. La división del trabajo logrará un abastecimiento de los costes productivos y economías de escala. Sin embargo, los beneficios de la especialización quedan limitados por la dimensión del mercado. Por ello, Smith propone la liberalización del comercio internacional, con el objetivo de lograr la mayor amplitud posible del mercado y permitir así, un proceso de división intranacional del trabajo más intenso. Esta aplicación de los mercados nacionales sería una importante función del comercio internacional que permite la colocación en el exterior de los excedentes productivos nacionales, infiriéndoles un nuevo valor.

Bajo los supuestos anteriores Smith propone que es lo que debe y no debe producir cada nación, en consonancia con el comportamiento eficiente de una

economía doméstica. Exponiendo que “La máxima de cualquier prudente cabeza de familia es no intentar hacer en casa lo que le cuenta más que si lo compra. El sastre no intenta fabricar sus propios zapatos si no que se los compra a zapateros (...). Lo que es prudencia en la conducta de una familia, suele serlo en la de un gran reino. Si un país extranjero nos ofrece una mercancía más barata que lo que nos cuesta producirla, será mejor comprarla a cambio de la producción de nuestra propia industria, debiendo dedicarse ésta a sectores en que tengamos alguna ventaja”⁴. De esta manera, Smith te establece la **Teoría de la ventaja absoluta**, bajo la cual un país exportaría aquellas mercancías en las que tuviera ventaja absoluta (importaría en las que tuviera desventaja), de costos respecto a otro país. Esta ventaja vendría dada como un menor costo laboral en el primer país, asumiendo que el trabajo es el único factor productivo empleado y que es homogéneo internacionalmente.

Por lo tanto, Smith defiende el libre comercio porque algunos bienes se producen más eficientemente en el extranjero, dadas las diferentes ventajas naturales que cada país tiene.

El proteccionismo que propugnaban los mercantilistas favorecía la producción interna de bienes que requerirían el empleo de mayor cantidad de recursos que si se produjesen en el exterior, por lo que no sería beneficio para la riqueza nacional, según Smith⁵.

Por tanto el ahorro que supondría para cada país importar productos a precio inferior que producirlos aumentaría no sólo su propio bienestar, si no la

⁴ Historia de las doctrinas económicas, Eric Roll. FCE., P. 14 Quién realiza una cita del trabajo original Smithiano.

⁵ Fundamentos de la economía. Op. Cit., p 73

eficiencia a escala mundial. De esta forma, Smith asume otra concepción del comercio internacional totalmente opuesta a la mercantilista; ya que se desprende del libre comercio y podrían beneficiarse todas las economías simultáneamente.

1.3 David Ricardo (1772 – 1823)

Posterior a la contribución de Smith a la comprensión de la existencia y beneficios del comercio internacional resultó decisiva. Sin embargo, no estaba exenta de deficiencias, principalmente en su criterio para lograr la especialización internacional. En este sentido, a principios del siglo XIX, varios autores, entre los que cabe destacar a David Ricardo, realizaron aportaciones novedosas y valiosas para profundizar en la teoría del comercio internacional. La Principal obra de David Ricardo es *Principios de economía política y tributación*, donde desarrolla sus principales aportaciones a la teoría del valor y la distribución. Derivando sus estudios en la Teoría de la Ventaja Comparativa.

1.3.1 Ventaja competitiva

Es la Teoría formulada por David Ricardo en 1817 que explica el origen de las enormes ganancias que genera el libre comercio más allá de la explicación dada por la teoría de la ventaja absoluta. Según la teoría de la ventaja comparativa, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le conviene especializarse en la producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes debe especializarse en la producción de aquellos cuya ventaja sea mayor. La teoría de la ventaja comparativa constituye una explicación del comercio internacional basada en

las diferencias de los costos del trabajo entre los países. La ventaja competitiva de una empresa y la ventaja comparativa (o la absoluta) de un país pueden converger o hallarse en discordancia, lo cual reforzará o atenuará, respectivamente, su potencialidad⁶.

David Ricardo parte de una serie de hipótesis para realizar su teoría las cuales son importantes destacar algunas. Al igual que Smith, parte de la teoría del valor-trabajo, es decir el valor de los bienes depende de la cantidad de trabajo que estos incorporan; además, el trabajo se considera móvil dentro de cada país, pero inmóvil entre países. La productividad es constante dentro de cada país, pero puede variar internacionalmente debido a la utilización de diferentes técnicas productivas. Hay competencia perfecta, los costos unitarios son constantes, los costos de transporte no se tienen en cuenta y no existen obstáculos al comercio internacional.

Bajo estos supuestos, David Ricardo establece la **Teoría de la ventaja comparativa** o también conocida como de la ventaja relativa, por la que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes cuyo costo relativo respecto a otros bienes en el propio país sea menor al correspondiente costo relativo existente en otro país. Es importante que de este modo, las mercancías que un país debe exportar no tengan necesariamente que ser las de menor costo internacional, como proponía Smith.

A continuación utiliza el mismo ejemplo puesto por David Ricardo sobre el comercio entre Inglaterra y Portugal de la tela y el vino; esto con el fin de ilustrar las diferencias entre el principio de la ventaja absoluta de Adam Smith y el de la ventaja comparativa de David Ricardo.

⁶ Historia de las doctrinas económicas. Op. Cit. P.23

Ventaja Absoluta (A)				
	Tela	Vino	Vino/Tela	Tela/Vino
Inglaterra	100	60	0.6	1.66
Portugal	90	80	0.88	1.12
Ventaja Competitiva (B)				
	Tela	Vino	Vino/Tela	Tela/Vino
Inglaterra	100	120	1.2	0.83
Portugal	90	80	0.88	1.12

En el caso A cada país tiene ventaja absoluta en la producción de uno de los bienes y se produce la justificación del comercio internacional para Adam Smith. Ambos países se benefician si Inglaterra vendiese vino a Portugal y comprara las telas portuguesas. Para ello, simplemente los precios de la exportación tendrían que cubrir los costos unitarios del producto exportado y ser menores que los costos de producción del mismo bien en el país de destino; en el ejemplo esto supondría que los precios que justifican los precios entre ambos países tendrían que situarse entre el costo de 60 y 80 horas de trabajo para el vino y entre 90 y 100 para la tela.

Sin embargo, el caso B plantea una situación que uno de los países (Portugal) goza de ventajas absolutas en la producción de los bienes, debido a sus menores costos de producción. Por ello, con el esquema Smithiano, no se comprenderían el comercio entre ambos países, no obstante, si se aprecian ventajas relativas comparando los costos relativos de los dos bienes en los dos países, es decir la razón entre el número de horas de trabajo que cada bien requiere. Entonces, en este caso y bajo la teoría de D. Ricardo, ambos países se benefician si Inglaterra produjera y vendiera tela a Portugal mientras que Portugal se especializara en vino y lo vendiera a Inglaterra; ello siempre y

cuando se estableciera un precio relativo entre ambos bienes que fuese intermedio del que prevaleciese en cada país. Así resulta recomendable la especialización productiva de cada país en los bienes con menor costo relativo, puesto que, aunque Portugal compre tela a Inglaterra a un precio superior al que podría producir, si dedica las horas de trabajo ahorradas a producir vino (parte del cual exportará a Inglaterra) podrá incrementar su consumo total de tela y vino. Por ejemplo, si el precio relativo internacional de una unidad de vino es de 1.05 unidades de tela, Portugal con un esfuerzo de 800 horas de trabajo producirá 10 unidades de vino, pudiendo destinar la mitad al consumo interno e intercambiar la otra mitad a Inglaterra por 5.25 unidades de la tela ; en cambio, en ausencia del comercio exterior, si Portugal emplea las 800 horas de trabajo en producir ambos bienes, tras dedicar 400 horas para la producción de las cinco unidades de vino con las restantes horas de trabajo solo obtendría 4.4 unidades de tela.

Debemos apreciar en el ejemplo anterior, que la ventaja absoluta se convierte un caso particular de la ventaja comparativa. Es decir la existencia de diferencias absolutas en los costos implica diferencias en términos relativos, aunque lo contrario, como hemos visto, no es cierto.

También podemos recalcar que la teoría Ricardiana conduce a que solo en el caso de que los costos relativos coincidan, el comercio entre dos países no resultaría beneficioso para ellos.

Por ultimo David Ricardo señala que las diferencias en la productividad del trabajo en los distintos países representan la causa del comercio internacional, suponiendo ello otra nueva superación al análisis realizado por Smith. En

efecto la productividad relativa de cada país (dependiente de las técnicas de producción empleadas por él) determinará la dirección de los flujos internacionales de bienes.

Una de las lagunas del análisis de Ricardo se encuentra en que no precisó la relación de precios a que se intercambian internacionalmente las mercancías. La condición Ricardiana era que tal precio se situara entre los precios relativos nacionales, de modo que quedarían justificadas las ganancias por comerciar. Fue John Stuart Mill en su obra *Principios de economía política*, título de 1848, quien arrojaría luz sobre la cuestión exponiendo su teoría de la demanda recíproca (o de los valores internacionales). A través de esta teoría, Mill introduciría la demanda en el modelo Ricardiano, que solo contemplaba la oferta. Y llegaría a la conclusión de que el precio de intercambio internacional (de equilibrio) de una mercancía sería aquel para el que la cantidad ofrecida por un país y a cantidad demandada por otro consideran. Recurriendo a la ley de la oferta y la demanda, si existiera en el comercio internacional un exceso de oferta de un bien y un exceso de demanda de otro, sus precios descenderían y aumentarían, respectivamente, hasta alcanzar la relación real de intercambio de equilibrio. Posteriormente economistas como Heckscher y Ohlin, profundizaron su análisis con su modelo.

1.4 Modelo Heckscher –Ohlin

El modelo de Heckscher-Ohlin fue formulado por el economista sueco Bertil Ohlin modificando un teorema inicial de su maestro Eli Heckscher y trata de explicar cómo funcionan los flujos del comercio internacional.⁷

El modelo parte de la teoría de David Ricardo de la ventaja comparativa y afirma que los países se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes; y que tiende a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos.

En la teoría de la ventaja comparativa, las diferencias existentes entre la productividad del trabajo en los distintos países eran la causa del comercio internacional. En la teoría de Heckscher-Ohlin, el comercio resulta del hecho de que los distintos países tienen diferentes dotaciones de factores: así hay países con abundancia relativa de capital y otros con abundancia relativa de trabajo. Normalmente los países más ricos en capital exportarán bienes intensivos en capital puesto que se utiliza relativamente más capital que trabajo para producirlos y los países ricos en trabajo exportarán bienes intensivos en trabajo.

De esta manera, si un país posee una gran oferta de un recurso "A", con relación a su oferta de otros recursos, se considera que es abundante en dicho recurso "A". Entonces un país tenderá a producir relativamente más de los bienes que utilizan intensivamente sus recursos abundantes. Con esto se

⁷<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/1a.htm>

puede decir que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados.

Un indicador que muestra que un país es rico en capital es el precio de los factores. Un país "A" es rico en capital comparado con otro país "B", si el capital es relativamente más barato en el país "A" que en el país "B".

En conclusión el Modelo de Heckscher – Ohlin se afirma que:

- Un país tendrá ventaja comparativa en los productos intensivos en el factor en el que es abundante; y así, exportará estos productos e importará aquellos otros intensivos en el factor en el que el país es escaso.
- Así, dada una misma tecnología compartida internacionalmente, las diferencias entre los países en los costos de producción vendrán dadas por diferencias en los precios de los factores. Por consiguiente, la definición relevante de abundancia de factores es la económica. Frente a estos planteamientos surge la posición de Michael E. Porter, que enriquece las Teorías, dándoles un nuevo enfoque modernista.

1.5 Michael E. Porter

Michael Eugene Porter (1947), es un economista estadounidense, que reconoce que la prosperidad de un país esta dada por la productividad de la economía y ésta a su vez es la medida de la competitividad económica.

Según Porter las empresas logran ventaja competitiva por medio de la innovación; puesto que la competitividad de una nación depende de la

capacidad de su industria para innovar y superarse. Las empresas adquieren ventaja respecto de los mejores competidores mundiales por la presión y el desafío. Beneficiándose de tener rivales domésticos fuertes, proveedores locales agresivos, y clientes locales exigentes, elementos que conducen a la empresa hacia la superación constante.

La ventaja competitiva se crea y se sostiene a través de un proceso altamente localizado. Ninguna nación puede ser competitiva en todas sus industrias, ni siquiera en la mayoría de sus industrias. Las naciones triunfan en industrias particulares porque el ambiente doméstico es el más “orientado al futuro”, el más dinámico y el más desafiante y, por tanto, más propicio para determinadas industrias.⁸

1.5.1 Modelo de las Cinco Fuerzas.

Desde su punto de vista hay 5 fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento del mismo.

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores. El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2. Poder de negociación de los proveedores. Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de

⁸ Competitividad, productividad y ventaja comparativa - Aria Delfina Ramírez y Robert Bruce Wallace.

precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

3. Poder de negociación de los compradores. Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.

4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos. Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

5. La rivalidad entre los competidores. Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean

altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.⁹

Las cinco fuerzas se utilizan:

- Cuando se desea desarrollar una ventaja competitiva respecto a los rivales.
- Cuando se desea entender mejor la dinámica que influye en la industria y/o cual es tu posición en ella.
- Cuando se analiza la posición estratégica y se buscan iniciativas que sean disruptivas y te hagan mejorarla.

Barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva

1. Economías de Escala. Supone al que las posea, debido a que sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultar a un nuevo competidor entrar con precios bajos. Hoy, por ejemplo, la caída de las barreras geográficas y la reducción del ciclo de vida de los productos, nos obliga a evaluar si la búsqueda de economías de escala en mercados locales nos resta flexibilidad y nos hace vulnerables frente a competidores más ágiles que operan globalmente.

2. Diferenciación del Producto. Asume que si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. Hoy la velocidad de copia

⁹ <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/1a.htm>

con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta, erosionan ésta barrera.

3. Inversiones de Capital. Considera que si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan.

4. Desventaja en Costos independientemente de la Escala. Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cuál sea su tamaño y sus economías de escala.

5. Acceso a los Canales de Distribución. En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc., lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante.

6. Política Gubernamental. Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas sobre el control del medio ambiente o sobre los requisitos de calidad y seguridad de los productos que

exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales contrincantes. Hoy la tendencia es a la desregularización, a la eliminación de subsidios y de barreras arancelarias, a concertar con los influyentes grupos de interés político y económico supranacionales y en general a navegar en un mismo océano económico donde los mercados financieros y los productos están cada vez más entrelazados.

1.5.2 Diamante de Porter

El modelo de Diamante de Porter se basa en cuatro determinantes específicas de las naciones y en dos variables, las cuales contribuyen de manera decisiva a que un país genere y mantenga ventaja competitiva.

1. Condiciones de factor

- Cantidad, habilidades y costos del personal.
- Abundancia, calidad, accesibilidad y costos de los recursos físicos del país como tierra, agua, depósitos minerales, bosques, energía hidroeléctrica y bancos de peces.
- Nivel de conocimientos que abarca los de tipo científico, técnico y de mercado que inciden en la cantidad y calidad de los bienes y servicios.
- La cantidad y el costo de los recursos de capital disponible para financiar la industria.
- Los factores que repercuten directamente en la calidad de vida de la población como tipo, calidad y costo de la infraestructura para los

usuarios como el sistema de comunicaciones, transporte, atención médica etc.

2. Condiciones de la demanda

- La composición de la demanda en el mercado del país origen, las exigencias de los compradores.
- Tamaño y tasa de crecimiento de la demanda en el país de origen.
- Forma en que la demanda interna se internacionaliza e impulsa los productos y servicios en el extranjero.

3. Industrias conexas y de sostén:

- Industrias de proveedores competitivos a nivel mundial que generen ventajas en las industrias secundarias mediante el acceso eficiente, oportuno y rápido a insumos rentables.
- Industrias conexas competitivas en el ámbito internacional capaces de coordinar y compartir actividades en la cadena de valor cuando compiten o las que generan productos complementarios.

4. Estrategia, estructura y rivalidad de las compañías.

- Las formas en que son administradas y eligen competir.
- Las metas que desean alcanzar y también la motivación de sus empleados y directivos.
- El grado de rivalidad interna, la obtención y conservación de la ventaja competitiva en la industria respectiva.

Estas cuatro determinantes de la ventaja nacional configuran el entorno competitivo de las industrias. Y finalmente Paul Krugman, establece los parámetros esenciales de las ventajas de una Economía en el Comercio Internacional.

1.6 Paul Krugman

En 2008, ganó el Premio Nobel por sus investigaciones que según información dada por la Fundación Nobel le fue concedido por sus investigaciones sobre “los patrones comerciales y la localización de la actividad económica”, ya que ha integrado ambas dimensiones. Nadie lo había hecho antes de esta manera tan formalizada y, consecuentemente, ha creado un campo (la nueva geografía económica) y ha revolucionado otro, el del comercio internacional, contribuyendo decisivamente a lo que hoy se denominan las nuevas teorías del comercio internacional.

Sus escritos más destacados son *Journal of International Economics* (1979), el *American Economic Review* (1980) y el *Journal of Political Economy* (1981). Cabe destacar que posee más escritos sin embargo éstos son los más populares y a los que más énfasis se ha hecho.

Su “nueva teoría del comercio”, formulada en 1979, permitió superar la explicación del economista británico David Ricardo, vigente desde principios del siglo XIX, que reducía el comercio internacional a las diferencias entre países y que se había mostrado insuficiente después de la II Guerra Mundial.

Las teorías de Ricardo, perfeccionadas en las décadas de los 20 y los 30 del siglo XX por los suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin, no eran suficientes para

explicar la dominación progresiva del comercio internacional por países con condiciones similares y que comercializaban los mismos productos; así que Krugman puso manos a la obra y comenzó con su trabajo.

Economías de escala

Para elaborar su teoría, Krugman partió del concepto básico de “economías de escala”, por el que, a mayor volumen de producción, más baratos son los costos, y de que los consumidores demandan variedad de productos.

A partir de ahí concluyó que el nuevo fenómeno se explicaba por permitir la especialización y la producción a gran escala, lo que resultaba en costos más bajos y una mayor diversidad de la oferta.

La nueva teoría ha sido aceptada comúnmente como un complemento fundamental a las formulaciones clásicas e inspiradora, además, de un enorme campo de investigación y con numerosas aplicaciones, por ejemplo, en la denominada “nueva geografía económica”, que el propio Krugman apuntó ya en 1979 y que luego desarrolló.

Paul Krugman se refiere a la ventaja comparativa usando el análisis de los costos de oportunidad, lo que implica la posibilidad de considerar la producción con múltiples factores productivos. Sin embargo, Krugman se apega a la concepción neoclásica de la ventaja comparativa de Ricardo, en donde es determinada por la productividad relativa del trabajo entre los países que comercian y explícitamente emplea la medición de la ventaja comparativa contrastando la productividad relativa del trabajo y los salarios relativos entre países. De lo anterior se desprende el supuesto de costos

de oportunidad constantes y de su consecuente propuesta de especialización completa de los países comerciantes.¹⁰

Entre las restricciones de la teoría ricardiana simple que Krugman señala e implícitamente parece aceptar en su propia interpretación de la ventaja comparativa, figura el no tomar en cuenta las diferencias en dotaciones de recursos entre países como causa del comercio, así como el ignorar la posible importancia de las economías de escala como causa del comercio.

Krugman también señala, la cuestión de si un bien es producido en dos o más países, es decir la cuestión de la localización de la producción, se relacionan frecuentemente con la dotación de los recursos de los países.

Como se pudo ver existen diversos autores los cuales han tratado las teorías del comercio internacional, todos se basan en una idea central y de ahí se van haciendo modificaciones, según la época, los factores que varían e interfieren directamente con la comercialización entre países y las ideas de los autores.

Una vez analizadas las teorías anteriores podemos relacionarlas con nuestra investigación.

Se puede ver que el estado de Michoacán posee ventaja absoluta con respecto a la producción de zarzamora frente a los demás estados de la República Mexicana, lo mismo que nuestro país con Reino Unido, sin embargo debemos especializarnos y no solo mantener una ventaja absoluta, también una competitiva que nos mantenga al frente dentro del mercado internacional con nuestro producto, un ejemplo importante para ilustrar esto es Serbia, un país altamente productor de zarzamora según datos de la FAO, con una ventaja absoluta en la producción de zarzamora muy grande con respecto a todos los países del mundo productores de esta fruta, incluyendo a

¹⁰ Competitividad, productividad y ventaja comparativa - Aria Delfina Ramírez y Robert Bruce Wallace.

Estados Unidos, sin embargo es un país que no se concreta en especializarse en dicha producción, ni en hacerse competitivo para cosechar una fruta que pueda competir a nivel internacional con la producida por países como México, Chile, Estados Unidos Etc.

De ahí que México deba mantener las variadas ventajas que presenta ante Reino Unido, el cual es un país del primer mundo que maneja excedente de capitales e inversiones a nivel industrial basando su economía en dichos aspectos, dejando a un lado el tema agrícola, esto en parte a sus condiciones climáticas que no le favorecen; por lo tanto México al tener una ventaja absoluta tiene que mantener el nivel de competitividad internacional acoplándose al ritmo que el mundo lleva e integrando a sus producción factores modernos, de innovación que permitan mantener el nivel de la zarzamora mexicana en el mercado internacional, tomando en cuenta a los competidores existentes pero también a los nuevos, la existencia de productos sustitutos, la forma de negociar (vendedor-comprador) y de comercializar, los canales de distribución, la logística con los costos que conlleva, las políticas gubernamentales, las condiciones de la demanda entre otros aspectos. Para de esta forma llegar a un mercado que le permitirá equilibrar su balanza comercial, expandir sus ventas y diversificar divisas.

CAPÍTULO 2: ASPECTOS PRODUCTIVOS

2. ASPECTOS PRODUCTIVOS

2.4 Producto

Producto: Zarzamora

Nombre Científico: Rubus fruticosus

2.1.2 Definición del Producto

La zarzamora es originaria de Europa, Asia y América; existen datos de que se ha utilizado desde hace más de 2000 años como alimento, medicamento y en la elaboración de cercos vivos por los europeos. .

Los frutales menores o las frutillas como se les denomina en México están constituidas mayoritariamente en especies de cuatro géneros, que son: Fragaria, Rubus, Ribes y Vaccinium; la zarzamora como tal se encuentra incluida en el genero Rubus.

El género Rubus agrupa una serie de plantas con tallos espinosos pertenecientes a la familia de las rosáceas, subfamilia *Rosoideae*; comprende alrededor de 500 variedades; pero las especies mayor cultivadas por las características de calidad que poseen sus frutos son tres a saber: Rubus Idaeus conocida como Frambuesa, Rubus Occidentalis que equivale a la denominada Mora cultivada y Rubus Fruticosus comúnmente conocida como Zarzamora o Blackberry en inglés. Todas estas especies han sido cruzadas entre si, dando origen a variedades con características distintivas, por lo cual se han constituido subgrupos con sus respectivos nombres.

Clasificación Científica	
Superreino:	Eukaryota
Reino:	Plantae
División:	Magnoliophyta
Clase:	Magnoliopsida
Subclase:	Rosidae
Orden:	Rosales
Familia:	Rosaceae
Subfamilia:	Rosoideae
Tribu:	Rubeae
Género:	<i>Rubus</i>

Fuente: SE

Las *Rubus* se encuentran diseminadas en casi todo el mundo excepto en las zonas desérticas; crece en suelos ácidos y profundos, aunque también llega a crecer en pedregales y en los sitios donde hay un suelo rico en materia orgánica, se adapta a condiciones tanto de luz como de sombra, sin embargo en la primera condición crece con más vigor.

Las zarzamoras son los híbridos producto del cruzamiento entre varios *Rubus* de frutos nativos de Norteamérica y de Europa, con *Rubus Idaeus*. En la actualidad existen varios cultivares de esta especie como son Shawnee, Rosborough, Brazos, Cheyene, Darrow, Cherokee, Navaho, Comanche y Choctaw; algunos de estos se han adoptado en nuestro país especialmente en zonas de Michoacán, Estado de México y Puebla.

Existen dos grupos de zarzamoras, el de los erectos y los postrados. Entre los blackberries erectos se encuentran las variedades de boysenberries, lugunberries, youngberries y la más moderna de todas, tayberry; de ellas las

más cultivadas son los boysenberries, de grandes frutos negros y redondos, y los lugunberries de frutos alargados ligeramente opacos y rojizos. Es interesante mencionar que mediante diferentes cruzamientos ha sido posible obtener variedades sin espinas, lo que constituye la gran ventaja de este conjunto. El grupo de los postrados se caracteriza por que sus variedades tienden a desarrollarse arrastradas, son de hábito agresivo y poseen numerosas y robustas espina, generalmente ganchudas.

2.1.2.1 Descripción

La zarzamora crece en un arbusto sarmentoso de ramas arqueadas y espinosas por la presencia de agujones, hojas compuestas de 3 ó 5 folíolos elípticos y de margen aserrado, dispuestos de forma palmeada, envés blanquecino y con pecíolo espinoso.



Arbusto de Zarzamora.

2.1.2.2 Fruto

El Fruto como tal es el que entre la gente se conoce como zarzamora; se caracteriza por ser carnoso y formado por compactos frutitos esféricos amontonados entre si que poseen un pequeño huesillo; el fruto posee un color

rojizo al principio, pero a la maduración se torna de un color negro con un sabor dulce y aromático.



Fruto de la Zarzamora.

2.1.2.3 Flor

Las flores se lucen en racimos compuestos por cálices con 5 sépalos largos y la corola presenta 5 pétalos blancos o rosados sobre un receptáculo carnoso ensanchado, con numerosos estambres. La iniciación floral tiene lugar a finales de verano cuando el crecimiento del brote cesa. Las flores por lo regular tienen la corola blanca y se abren durante los meses de mayo, junio y julio.



Flor de la Zarzamora.

2.1.2.4 Propiedades

La zarzamora presenta diversas propiedades; la mayoría de las veces se piensa que es un producto natural que únicamente se consume como fruta, en postres o en algunos platillos con la finalidad de satisfacer al paladar, sin embargo tiene varias cualidades que se pueden aprovechar al consumirla, ya que es un fruto diurético, astringente, fortificante de las encías, antiescorbútico, hemostático, emoliente y anti ulceroso.

2.1.3 Variedades

Las variedades que hoy en día se pueden encontrar de zarzamora se han suscitado de mezclas genéticas entre varias especies que presentan características morfológicas múltiples, por tal motivo estas variedades pueden llegar a tener diferencias entre sí en cuanto a su hábito de crecimiento que puede ser rastrero, erecto o semirrecto y a su tipo de fruta.

Variedades Con y Sin Espinas		
Con espinas	Sin espinas	Híbridos con espinas
Bailey	Smoothstem	Loganberry
Dundee	Black Satin	Youngberry
Comanche	Dirkinsen	Boysenberry
Himalaya	Hull	Dewberry
Cherokee	Thornless	Loganberry
Bristol	Aurora	Olallieberry
Mora de Castilla	Darrow	Tayberry

Fuente: Centro de Desarrollo de Frutales de Caldas. Universidad de Chile.

Variedades Dulces y No Dulces	
Dulces	No Dulces
Brazos	Smoothstem
Cherokee	Lucretia
Cheyenne	Comanche
Choctaw	Himalaya
Shawnee	Mora de Castilla
Boysenberry	Aurora
Hawk	Logan

Fuente: Centro de Desarrollo de Frutales de Caldas

2.1.3.1 Variedades en Michoacán

Las variedades que se cultivan en la región productora de zarzamora del estado de Michoacán son las que a continuación se describen; las tres son plantas arbustivas semileñosas cuyo crecimiento es de forma erecta.

- **Shawnee**

Planta de hábito de crecimiento erecto, se liberó en Arkansas en 1985. Es un cultivar de floración tardía, de vigor bajo. Se señala como un cultivar productivo, de fruto grande (7.2g) y de excelente sabor para el consumo en fresco; sin embargo, en los estudios efectuados con este cultivar a nivel nacional se reporta un tamaño promedio de fruto de 4.9g, mucho menor al citado.

- **Cheyenne**

Tiene el mismo origen que el cultivar Shawnee, con liberación en el año de 1974. El fruto de este cultivar es firme y de un peso de 6.2g a 6.9g aproximadamente; se agrupa entre aquellos de mayor longitud comparado con

los cultivares Cherokee y Shawnee. Se caracteriza por ser muy dulce y crujiente además de ser de fácil cosecha y tarda 50 días de floración a fruto.

- **Cherokee**

Originaria de Arkansas y liberada en 1974. Los frutos son firmes, de un peso medio aproximado de 5.0g y de baja acidez; se considera como uno de los más dulces entre los tres cultivares. La floración es de 15 días después de la Cheyenne y su periodo de floración a fruto es de aproximadamente 50 días. No soporta suelos pesados, toleran mejor la escasez de agua que la Cheyenne.

- **Comanche**

Originada en Arkansas y liberada en 1974. Tiene hábito erecto, es menos vigorosa que la variedad Brazos, pero supera a la Cheyenne, Cherokee, y Shawnee; su floración es muy temprana (noviembre junio), son las más sensibles a unificar la brotación, lo que reduce el periodo de cosecha. Por su vigor produce cosechas significativas al primer año de establecida. El Fruto se caracteriza por tener 2.2 cm. de diámetro y 5.2 gramos por fruto, con menos aroma pero más firmeza y dulzura que otras variedades.

2.1.4 Estacionalidad

El periodo de obtención de la fruta en Michoacán abarca de principios de octubre a finales de mayo y a principios de junio, este periodo se le conoce como periodo de secas dentro de la agricultura. Este cultivo en tiempo de lluvias no se logra con la calidad de exportación requerida ya que es muy

perecedero y tiende a que la humedad en el ambiente provoque un hongo en la fruta; de ahí el éxito del cultivo de zarzamora en México y particularmente en el estado de Michoacán, pues como se observa la obtención de cosecha se da fuera de los periodos de otros países productores.

Estacionalidad												
Países	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
México												
Chile												
Guatemala												
Canadá												

Fuente: Produce Marketing Association - Sistema Producto Zorzamora 2005

2.5 Producción

2.2.1 Cultivo

Al iniciar cualquier proceso de cultivo siempre existen diversos pasos a seguir en el caso la zarzamora es muy importante seleccionar el terreno donde se desarrollará la siembra ya que el tipo de suelo puede ser de dos tipos:

1. Suelos ligeros, son aquellos que cuentan con profundidad y que a su vez son ricos en materia orgánica.
2. Pedregosos, talpetatosos y arcillosos con buen drenaje.

Es importante en primer orden importante que el material de plantación este libre de enfermedades, aunque la zarzamora no es tan susceptible a virus, siempre es necesario revisar todas las cuestiones que tengan que ver con enfermedades en las plantas para evitar posibles brotes. El mejor suelo para la plantación es aquel en que el año anterior se haya cultivado algún cereal o leguminosa; nunca se debe plantar después de papas, tomates debido a que

en el suelo pueden quedar muchos hongos que posteriormente dañarán la plantación.

Es por ello que existen dos tipos de cultivos los cuales son:

1. El primero es sembrado en viveros, los cuales son colocados en almácigos durante un año, en planta pequeña, después de 8 meses empieza a florear y se cambia a la tierra, cuando ésta es cultivada por primera vez. Después de que éstas han crecido y producido, las nuevas plantas se obtendrán del enraizamiento de los tallos provenientes de los arbustos existentes, los cuales reciben el nombre de planta madre.



Plantación de Zarzamora en Invernadero

2. El segundo es por medio de raíz desnuda, es decir; la planta directa a la tierra; en la que se elaboran surcos en los cuales se va haciendo el cultivo a través de alambres para que la planta vaya creciendo totalmente erguida.



Plantación de Zarzamora directo a Tierra

2.2.1.1 Preparación del Terreno

De los dos cultivos anteriormente mencionados el más común es el de raíz desnuda, puesto que el cultivo en vivero comúnmente se lleva a cabo solo para reproducir las plantas que posteriormente se pondrán en tierra, por lo tanto la preparación del terreno donde se llevará a cabo el cultivo es de suma importancia de ahí que se tengan que seguir algunos pasos su preparación.

Es importante destacar que el terreno elegido para llevar a cabo la plantación debe de poseer algunas características físicas y biológicas adecuadas para el cultivo de la zarzamora; es decir que el terreno debe contar con una profundidad suficiente, con la permeabilidad adecuada que evite encharcamientos y no tener problemas de enfermedades u hongos.

A partir de los estudios y análisis realizados a las características del terreno, del clima y de todos los factores que envolverán al cultivo se determinaran las acciones a ejecutar para la preparación del terreno.

Las actividades que se recomiendan hacer de forma previa al establecimiento de la plantación con el objetivo de facilitar la expansión de las raíces y disminuir la competencia con malas hierbas son:

- **Tratamiento con herbicida**

Se realiza en enero o febrero empleando un atomizador de ultra bajo volumen. Este tratamiento elimina la vegetación espontánea. Después de ejecutar este procedimiento se deberán dejar pasar de 15 a 20 días para continuar con las siguientes actividades.

- **Pase de vertedera**

En febrero se dará un alzado con arado de vertedera a fin de mullir y airear el suelo hasta 30 a 40 cm para facilitar así la futura cosecha.

- **Pase de grada**

Se realizara en los últimos días de febrero, para romper terrones y facilitar posteriores operaciones. Si fuera necesaria la aplicación de abono de fondo y/o enmiendas, estas se harán previas al pase de grada para su mejor distribución en el suelo.

- **Pase de fresadora:**

Posteriormente se realiza esta labor de pasar la fresadora con la finalidad de que se allane el terreno para facilitar las actividades de replanteo y plantación.

2.2.1.2 Replanteo y plantación

- **Replanteo**

El replanteo radica en marcar en el terreno aquellos puntos y líneas que definen la plantación, como son las filas de plantas, situación de las plantas, de los postes y tutores, borde perimetral de cierre.

Se comienza fijando y marcando la primera línea de plantación y las demás se marcan en paralelo a ésta.

Se emplean estacas, cuerda u otros marcadores para dejar las referencias necesarias para la posterior plantación e instalaciones.

- **Plantación**

Una vez hecho el necesario replanteo se lleva a cabo la plantación.

En las plantas a raíz desnuda, éstas se sumergen en agua para humedecerlas adecuadamente y/o mantenerlas con un buen estado de humedad.

Posteriormente se abren los surcos. Para llevar a cabo la plantación la cual tendrá una profundidad que será la misma que tenían las plantas en el vivero. Finalmente una vez que las plantas ya se encuentran en tierra, se compacta el terreno alrededor. Dependiendo de la situación hídrica del suelo se decidirá regar o no. Posteriormente se practica la primera poda, según el arbusto y sus características de desarrollo.

Distancia de Plantación	
SOBRE HILERA (m)	ENTRE HILERA (m)
1.2	2.4
2.4	2.4
2.4	2.7
2.7	2.7
2.7	3

2.2.2 Riego

La zarzamora por su naturaleza es capaz de soportar largos estados de sequía, sin embargo, una inesperada interrupción en el abasto de agua puede disminuir el rendimiento y tamaño de la fruta.

En época de crecimiento requiere aproximadamente 25,4 mm de agua por semana. Durante el desarrollo de la fruta y época se requiere de mayor riego

Es necesario conservar en el suelo una adecuada humedad para lograra la máxima producción; así mismo, es importante mantener una la regularidad en el riego, sobre todo durante el crecimiento del fruto, esto dará como resultado mayor grosor de cañas, mayor tamaño de fruto y por lo tanto una mayor producción.

Las necesidades de riego no están regidas de manera general para las plantaciones de Zarzamora ya que éstas dependen básicamente de las características que posee cada tipo de suelo (capacidad de de retención de agua), de las condiciones climáticas del lugar donde se localice la plantación y del estado general de la tierra. Un ejemplo de lo anterior de son, los suelos

pesados y arcillosos que suelen conservar tres veces más del agua suministrada a 30 cm de profundidad, que un suelo liviano y poco profundo que necesita ser regado con pequeñas porciones de agua y con mayor frecuencia.

Es importante señalar que algunos de los parámetros más importantes para la productividad son: el agua y la calidad del suelo, sin embargo es necesario tomar en cuenta que un exceso de agua puede generar flora fungosa, pudrición de raíces o causar asfixia radical.

Por lo anterior se debe de planificar un buen riego previo a la cosecha y riegos ligeros durante ella, siempre y cuando sean necesarios, mientras que el último riego con profundidad se deberá proyectar para cuando la cosecha haya terminado y antes de las podas.

2.2.3 Calidad

Cualquier producto que se lanza al mercado tiene que cumplir con los estándares mínimos de calidad requeridos por el consumidor. La calidad de las zarzamoras, al igual que otros productos hortofrutícolas, constituye una combinación de atributos que hacen que éstas resulten apetecibles al comprador y al consumidor. La apariencia de la fruta es uno de estos atributos y ésta es evaluada, en primera instancia, por el color y su brillantez y por otras características como textura, presencia o ausencia de daños, frutos bien formados y tamaños homogéneos.

2.2.4 Cosecha y Post cosecha

El color, el tamaño y la consistencia de la fruta son algunos de los factores que determinan su punto ideal de cosecha, la cual se realiza de forma manual para asegurar la calidad del producto. Manos altamente especializadas se encargan de tan delicada labor ya que el producto es sumamente sensible tanto al manejo brusco como al cambio de temperatura.

La cantidad de fruta de excelente calidad dependerá en gran parte de la manera en como se lleve a cabo la cosecha; en general se recomienda cosechar en horas frescas, de preferencia durante la mañana una vez que se haya secado el rocío, ya que la humedad es uno de los factores que permite que el fruto se fermente y deteriore pero no después de las 10:00 am porque el sol puede dañar al fruto ya cosechado.

Haciendo referencia al corte del fruto, éste se debe realizar al ras sin afectar la corteza, obteniendo fruta de consistencia firme, de color obscura o negra, de buen tamaño y sabor; para este proceso de corte se utilizará mano de obra de preferencia del sexo femenino por ser más delicada al tratar el fruto, debiendo llevar red en el pelo, tapabocas, no deben de tener cortaduras en las manos y mucho menos estar enfermos de gripa; también es necesario realizarles un examen médico y detectar a las personas que hayan padecido de hepatitis ya que al haber contraído esta enfermedad no se encuentran en condiciones de trabajar en la cosecha.

Una vez desprendido el fruto de la planta, es colocado directamente en burbujas plásticas o cajas de cartón para minimizar su manejo físico y preservar la excelente calidad que obtuvieron en las huertas, cabe destacar que no se deben de tirar o aventar los frutos en los recipientes y no deberán mezclarse con fruta sobremadura, con moho o dañada.

Las labores de cosecha son las que más influyen en la rentabilidad, lo cual implica hacer una cuidadosa planificación de la misma a fin de obtener el mayor beneficio posible

Posteriormente se procede a enviar inmediatamente las cajas o burbujas a las empacadoras, donde se lleva a cabo el pre-enfriado de la fruta con la finalidad de eliminar el calor de campo y alargar su vida útil; después se realiza una inspección en la cual se eliminan todos aquellos frutos que no cumplen con las características necesarias para su consumo en fresco para posteriormente ser enviadas a los cuartos de refrigeración de donde son distribuidas hacia los diferentes mercados.

2.2.4.1 Maduración

La zarzamora, al igual que todas las frutillas (frambuesa, fresa, arándano, etc.), es una fruta considerada como no climatérica, ya que no tiene la capacidad de madurar después de la cosecha, por lo cual debe ser cosechada justo en el momento en el que ha adquirido su madurez de consumo (color homogéneo y característico de madurez, sabor dulce, cantidad de azúcar y sólidos adecuados). Por esta razón es indispensable un manejo adecuado, tanto físico

como de temperatura para evitar el deterioro de la fruta, y un extremo cuidado de no mantenerla o almacenarla junto a productos que produzcan altas cantidades de etileno ya que esto acelerará más el proceso de envejecimiento y deterioro de la zarzamora.

2.6 Región de Cultivo - Contexto Inmediato Ziracuaretiro, Michoacán

2.6.1 Entorno Nacional

Nuestro país cuenta con los elementos necesarios para la producción de zarzamora, por eso durante la última década ha presentando un aumento considerable en la producción, logrando que el país se posicione con el 32% (aproximado) del total de la aérea sembrada de la frutilla en Norte América.¹¹

El clima y el tipo de tierra son factores importantes para el crecimiento de la zarzamora, en México los estados que poseen las características adecuadas para que el producto se desarrolle son Michoacán, Estado de México, Colima, y Jalisco convirtiéndose en los principales estados productores.

¹¹ Food and Agriculture Organization of the United Nations - <http://faostat.fao.org/default.aspx> - noviembre 2008.

Principales Estados Productores

	Superficie Sembrada (HA)	Superficie Cosechada (HA)	Producción (TON)	Valor Producción (Miles de Pesos)
Michoacán	3,063.95	3,045.95	42,369.12	853,259.30
Jalisco	50	26	141.6	1,083.60
Colima	39.5	39.5	592.5	14,812.50
Estado de México	32	32	254	4,197.00
Morelos	30	30	15	375
Nayarit	29	29	266.8	4,268.80
Chihuahua	15	15	352	1,936.00
Hidalgo	11	11	42.5	489
Distrito Federal	5	5	20	168.9

Fuente: SIAP- SAGARPA 2007

2.6.2 Estado de Michoacán de Ocampo

Michoacán de Ocampo es uno de los 31 estados que junto con el Distrito Federal conforman las 32 entidades federativas de México.

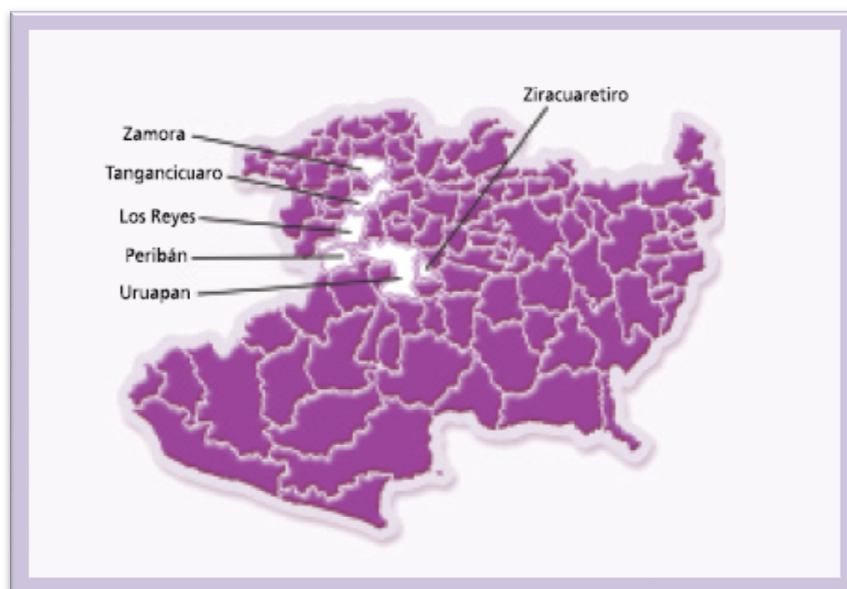
Colinda con los estados de Colima y Jalisco al noroeste, al norte con Guanajuato y Querétaro al este con México, al sureste con el estado de Guerrero al suroeste con el Océano Pacífico.

Sus coordenadas extremas son: Al norte 20° 24', al sur 17° 55' de latitud norte, al este 100°05' y al oeste 103°44' de longitud oeste.

Posee una superficie de 58,585 kilómetros cuadrados, 113 municipios y su capital es la ciudad de Morelia.

Michoacán y sus excelentes condiciones de clima, suelo y agua, se combinan para hacer de esta tierra el principal productor de zarzamora en México; la

zarzamora se desarrolla excelentemente en las zonas cuya vegetación natural es de bosques de pino y encino, en donde el clima es templado, con veranos cálidos e inviernos fríos. Los requerimientos climáticos de la zarzamora corresponden a las condiciones que se presentan en los municipios de Los Reyes, Tocumbo, Peribán, Uruapan, Ziracuaretiro, Ario de Rosales, Tacámbaro y Zitácuaro, en ellos se presentan climas templados en los cuales el invierno tiene días y noches frescas sin que las temperaturas promedio del mes más frío sean menores a los 8°C; caen las lluvias suficientes durante el verano y parte del otoño, lo que los hace lugares propicios para cultivar zarzamoras de excelente calidad durante los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero, proveyendo tanto a México como a los mercados internacionales, de zarzamora de excelente calidad.



Ubicación de las regiones Productoras en Michoacán

Es importante señalar que el estado posee el 96% del valor de producción nacional con una producción estimada en 42 mil 369 toneladas anuales, donde se cultivan principalmente 4 variedades: Cherokee, Comanche, Cheyenne y Shawnee.¹²

2.3.3. Municipio de Ziracuaretiro Michoacán

Es un pueblo de Michoacán que se ubica a 121Km de la capital, Morelia; su nombre significa “Lugar donde termina el calor y empieza el frío” esto en Purépecha.

Historia

La fundación del pueblo se remonta años antes de la llegada de los españoles. Es un lugar atractivo en cuanto a su naturaleza y propicio para el cultivo de frutales. En 1554, Don Vasco de Quiroga plantó 5 especies traídas de plátano traídas de la isla de Santo Domingo y se propagaron los que existen en la región. En 1822 contaba con 327 habitantes dedicados principalmente a la agricultura. En 1831 se elevó a la categoría de tenencia, perteneciendo al municipio de Taretán y el 16 de marzo de 1922, se constituye en Municipio.

Localización

Se localiza en la parte central del Estado, en las coordenadas 19° 26' de latitud norte y 101°55' de longitud oeste, a una altura de 1380 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tingambato, al oeste con Santa Clara del Cobre, al sur con Taretán y al oeste con Uruapan.

¹² Datos por: SIAP-SAGARPA 2007

Extensión

Su superficie es de 159.60 Km² y representa el 0.27% del total del Estado.

Orografía

Su relieve lo constituyen el sistema volcánico transversal y los cerros el Cobero, la Cueva, el Salto, Panadero y Malpaís.

Hidrografía

Su Hidrografía se constituye principalmente por los ríos Ziracuaretiro, Ziraspén, La Brújula, Calicanto y manantiales de Agua Fría.

Clima

Posee un clima tropical con lluvias en verano, tiene una precipitación pluvial anual de 1,200 milímetros y temperaturas que oscilan entre 8 y 37° centígrados.

Población

Población Total			
Año		Total	% Respecto al Edo.
1950	Estado	1,422,717	100%
	Municipio	4,172	0.29%
1960	Estado	1,851,766	100%
	Municipio	5,225	0.28%
1970	Estado	2,324,226	100%
	Municipio	6,303	0.27%

1980	Estado	2,868,824	100%
	Municipio	7,139	0.25%
1990	Estado	3,548,199	100%
	Municipio	10,844	0.31%
2000	Estado	3,979,177	100%
	Municipio	12,872	0.32%
2005	Estado	3,966,073	100%
	Municipio	13,792	0.35%

Fuente: Centro de Información económica del Edo.de Michoacán Censos 1950-1990; INEGI, Censo población y Vivienda 2000 -2005

Actividad económica

La agricultura representa su principal actividad con el cultivo de maíz, frijol, caña de azúcar, zarzamora, aguacate, calabaza, nopal, mamey y plátano.

Ganadería: en las comunidades algún se conservan algunos establos y corrales de caprinos, se han instalado además algunas granjas avícolas.

Representando estos dos sectores hasta el 61% de sus actividad económica.

Industria. La de alimentos es la principal representando el 9% de su actividad económica.

El Turismo por su clima y atractivos naturales, representan un gran potencial para el desarrollo turístico. Existe comercio de baja escala, con pequeñas tiendas de abarrotes, ferreterías, tiendas de materiales de construcción, ropa y calzado, representado el 7% de su actividad económica.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DEL MERCADO

3 ANALISIS DEL MERCADO

3.1 Mercado

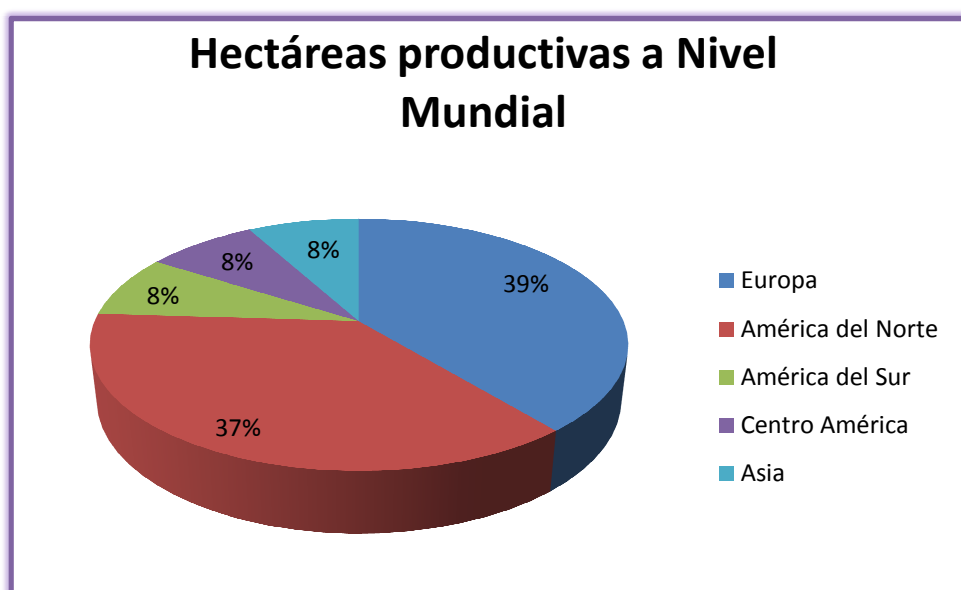
La zarzamora es una fruta exótica, que pertenece al grupo de los denominados berries, tiene un buen nicho de mercado en Estados Unidos y Europa. La gran variedad de presentaciones en que se transforma llama la atención, ya que puede ser en fresco, congelado, en jugos, pulpas concentradas, extractos, saborizantes en yogures o helados, polvos deshidratados, mermeladas, jaleas, ates y licores.

La competencia entre países productores está basada, entre otros factores, en el volumen y la variedad de especies ofrecidas, la calidad y seguridad de los productos ofrecidos, la estacionalidad de la oferta y la proximidad a los mercados. Comúnmente tal situación de competencia se presenta por que entre los diferentes países se ha dado una cierta especialización en la producción y comercialización de algunas especies, de acuerdo a ventajas comparativas que presentan, tales como condiciones agroecológicas, las distancias entre productores y consumidores, cuotas de entrada, tipo de cambio etc.

Así en lo que se refiere a zarzamora los diferentes países que concurren a los mercados lo hacen en función de su ubicación geográfica. Los países del hemisferio sur se han orientado a satisfacer los requerimientos de consumo de contra estación de los países del hemisferio norte.

3.1.2 Producción mundial

En los últimos años las tendencias en superficies cultivadas y producción a nivel mundial de la zarzamora han ido en aumento 49% y 13% respectivamente, lo que nos muestra un panorama general de cómo esta frutilla exótica ha adquirido un importante auge mundial; cultivándose para el 2005 un aproximado de 20,035 Ha comerciales.



Fuente: FAOSTAT, Noviembre 2008

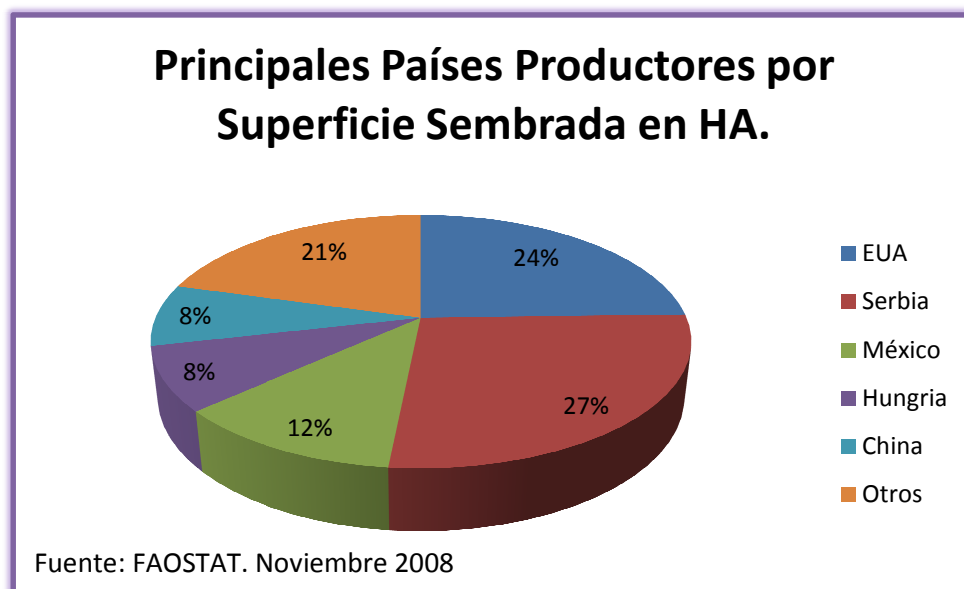
Europa cuenta con 7,700 Ha de producción de zarzamora, 69% de área cultivada es de el principal productor en el Mundo, Serbia; le siguen con menor producción, Hungría, Reino Unido, Rumania, Polonia, Alemania y Croacia.

Norte América tiene sembradas aproximadamente 7,159Ha donde USA posee el 67% de las hectáreas cultivadas, haciéndose acreedor del título del segundo país productor de zarzamora en el mundo. Por otro lado Centro América posee 1,650 Ha de cultivo comercial de esta frutilla con una

producción estimada de 1,590 toneladas, la mayor parte de esta producción procede de Costa Rica, pero esta no es destinada para la exportación. En Sudamérica existen 1600 Ha, siendo Ecuador un productor potencial con el 53% de la producción de la región, sin embargo, al igual que Costa Rica este país destina a la exportación una cantidad mínima, en contraste Chile exporta una excelente cantidad con sus 450 Ha cultivadas.

En Asia existen aproximadamente 1550 Ha productivas de zarzamora donde China prácticamente monopoliza la producción total.

Es importante señalar que existían hasta el 2005 2,528 Ha sembradas de zarzamora orgánica en el mundo, sector que también se esta extendiendo y que ha tenido una aceptación impresionante en el mercado.¹³



¹³ Datos estadísticos, extraídos de de FAOSTAT – Noviembre 20008 - <http://faostat.fao.org/default.aspx>

Producción Mundial Zorzamora		
Continente	Ha (Producción)	%
Europa	7700	40%
Norteamérica	7159	37%
Centroamérica	1650	9%
Sur América	1600	8%
Asia	1150	6%

Fuente: FAOSTAT. Noviembre 2008

El comportamiento productivo de la zorzamora está determinado por dos grandes regiones de consumo la del mercado Norteamericano y la del Mercado Europeo.

3.1.3 Mercado Norteamericano:

América del Norte es un subcontinente que forma parte de América, situado en el Hemisferio Norte, y casi por completo en el Hemisferio Occidental. Cubre un área de aproximadamente 23.752.692 km², aproximadamente el 4.8% de la superficie del planeta. En 2006 su población estimada era de más de 439.000.000 habitantes; se divide políticamente en 3 países soberanos e independientes: Canadá, Estados Unidos y México; además al subcontinente son ligados 3 territorios o dependencias insulares: Groenlandia, Bermudas y San Pedro y Miquelón.

Dentro de este sector geográfico destaca el mercado del oeste de los Estados Unidos de Norteamérica, (Oregón y Washington), esta zona es abastecida de zarzamora por Nueva Zelanda, México, Guatemala, Chile y Colombia.¹⁴

Estacionalidad Países Proveedores del Mercado Norteamericano												
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
México												
Chile												
Nueva Zelanda												
Guatemala												
Colombia												

Fuente: Produce Marketing Association - Sistema Producto Zarzamora 2005

El mercado canadiense es abastecido principalmente por Estados Unidos para la elaboración de productos procesados de zarzamora.

Por otro lado México más que un comprador de la frutilla es un exportador hacia el mercado estadounidense, sin embargo ha realizado mínimas importaciones para satisfacer a su mercado nacional puesto que la mayor parte de su producción se destina al mercado internacional abandonando las necesidades y requerimientos internos.

3.1.4 Mercado europeo

Europa es uno de los continentes que forman el súper continente Eurasia, situado entre los paralelos 36° y 70° de latitud norte, a la que de forma convencional y por motivos históricos es considerada un continente.

¹⁴ Mercado Mundial de la Fresa y Zarzamora. - Universidad de Chapingo P. 13

Europa es el segundo continente más pequeño en términos de superficie, que abarca alrededor de 10.180.000 kilómetros cuadrados o el 2% de la superficie del planeta Tierra y alrededor de 6,8% del total de las tierras emergidas. Alberga un gran número de estados soberanos, cuyo número exacto depende de la definición de la frontera de Europa, así como de la exclusión o inclusión de estados parcialmente reconocidos. Europa es el tercer continente más poblado después de Asia y África, con una población de 731.000.000 o alrededor del 11% de la población mundial.

Este es otro mercado clave para la venta de zarzamora, aunque el principal productor de la frutilla se encuentra en este continente (Serbia), el nivel de consumo en Europa Occidental es muy amplio, destacando como los principales países importadores: Inglaterra, Francia, Alemania, Bélgica, Luxemburgo, Polonia, Yugoslavia, Holanda e Italia; Chile tiene una importante participación como exportador a estos países.

Este mercado consume un gran volumen de las ventas que se hacen de la zarzamora, aunque mucho de lo que consumen es para industrializarlo y venderlo a los consumidores finales ya en las diversas formas existentes.

3.1.5 Mercado de destino General: Unión Europea

La Unión Europea (UE) es una comunidad de veintisiete Estados Europeos que fue establecida el 1º de noviembre de 1993, cuando entró en vigor el Tratado de la Unión Europea (TUE) o también conocido como Tratado de Maastricht, siendo la sucesora de Facto de las Comunidades Europeas, creadas en los años 50's del siglo pasado; es una Organización Supranacional del ámbito

europeo dedicada a incrementar la integración económica, política y a reforzar la cooperación entre sus Estados miembros.

Países Miembros de La Unión Europea		
1. Alemania	10. Grecia	19. Eslovaquia
2. Francia	11. Bélgica	20. Finlandia
3. Reino Unido	12. Rep. Checa	21. Irlanda
4. Italia	13. Hungría	22. Lituania
5. España	14. Malta	23. Letonia
6. Polonia	15. Suecia	24. Eslovenia
7. Rumanía	16. Austria	25. Estonia
8. Países Bajos	17. Bulgaria	26. Chipre
9. Portugal	18. Dinamarca	27. Luxemburgo

Fuente: europa.eu/index_es.htm

Con la entrada en vigor del tratado, los países de la Comunidad Europea (CE) se convirtieron en miembros de la Unión Europea, y la CE se convirtió en la UE, se otorgó la ciudadanía europea a los habitantes de cada Estado miembro, a su vez comenzaron a intensificarse los acuerdos aduaneros y de inmigración con el fin de permitir a los ciudadanos europeos una mayor libertad para vivir, trabajar o estudiar en cualquiera de los Estados miembros, también se consiguió el uso una moneda única europea denominada Euro que entró en vigor el 1º de enero del 2002.

Datos Unión Europea		
Bandera		
Sedes	Bruselas	
	Estrasburgo	
	C. de Luxemburgo	
Tipo	Unión supranacional	
Superficie	Total	4.324.782 km ²
	% agua	3,08%
Población	Total	497.198.740 (2008)
	Densidad	114 hab/km ²
PIB Nominal	Total (2008)	USD 18.493.009 millones
	PIB per cápita	USD 37.194
PIB (PPA)	Total (2008)	USD 15.282.118 millones
	PIB per cápita	USD 30.136

Fuente: http://europa.eu/index_es.htm

3.1.5.1 Economía

La UE es la primera potencia económica mundial con más del 18% del volumen total de importaciones y de exportaciones.

- **Unión Económica Monetaria (UEM)**

Se refiere a la zona dentro del mercado único de la Unión Europea con una moneda única, donde las personas, las mercancías, los servicios y los capitales transitan sin restricciones. La UEM Conformar el marco para la estabilidad económica, sustentada en un banco central independiente y las obligaciones

jurídicas impuestas a los Estados miembros, consistentes en aplicar políticas económicas sólidas y en coordinarlas estrechamente

Debido a que las transacciones comerciales entre los Estados miembros de la UE alcanzan el 60% de su comercio total, la UEM es el complemento natural del mercado único. Este mercado funciona con mayor eficacia y desarrolla plenamente sus efectos beneficiosos gracias a la eliminación de los elevados costes de transacción, generados por las conversiones monetarias y las incertidumbres asociadas a la inestabilidad de los tipos de cambio.

- **Banco Central Europeo (BCE)**

Fue creado en 1998, de conformidad con el TUE, con la finalidad de llevar a cabo operaciones con divisas y garantizar el buen funcionamiento de los sistemas de pago, así como para introducir y gestionar la nueva moneda. El Banco Central Europeo también es responsable de fijar las grandes líneas y ejecutar la política económica y monetaria de la UE; siendo una de las principales tareas el mantener la estabilidad de precios en la zona euro, preservando el poder adquisitivo del euro.

- **Euro**

Es la moneda de la Euro Zona o Zona del Euro, compuesta en 2008 por quince de los 27 Estados miembros de la UE que comparten esta moneda única.

- **Comercio**

La UE es miembro de La Organización Mundial del Comercio (OMC) desde el 1 de enero de 1995. Los 27 estados miembros de la Unión son a la vez miembros de la OMC.

3.1.5.2 Tratado de Libre Comercio México – Unión Europea (TLCUE)

El 1º de julio del 2000 entra en vigor el Tratado de Libre Comercio México - Unión Europea (TLCUEM) como parte de la estrategia comercial de México con que tiene como finalidad varios aspectos como son:

- Garantizar el acceso preferencial y seguro de nuestros productos al mercado más grande del mundo, aún mayor al que se tiene con Estados Unidos de América.
- Generar mayores flujos de inversión extranjera directa, alianzas estratégicas entre empresas mexicanas y europeas para promover la transferencia de tecnología.
- Diversificar las relaciones económicas tanto por el destino de nuestras exportaciones, como por las fuentes de insumos para las empresas mexicanas.
- Fortalecer nuestra presencia como centro estratégico de negocios, al ser la única economía del mundo con acceso preferencial a Europa, Estados Unidos, Canadá; sin minimizar a los demás acuerdos y tratados que México Tiene con otros Países.
- La mayoría de las exportaciones mexicanas se encuentran desgravadas a partir de este año 2003, mientras que las europeas se desgravaron hasta el 2008.
- Reducir la dependencia económica y comercial de nuestro país con los Estados Unidos.

Los avances que se consiguieron en la Ciudad de México al darse la Octava Ronda de negociaciones con respecto a los Productos Agrícolas, fueron de acuerdo a 5 categorías de desgravación, cuya composición es la siguiente:

- a) En el momento en el que el acuerdo entró en vigor se liberó el 56.9% de las importaciones comunitarias procedentes de México y 26.8% de las mexicanas originarias de la UE.
- b) En el 2003 se liberaron el 9.72% de las importaciones comunitarias procedentes de México y el 5.2% de las mexicanas originarias de la UE.
- c) En el 2008 se liberaron 1.82% y 1.87%, proporcionalmente.
- d) Para en el 2010, la liberación será del 2.11% y 3.96%, proporcionalmente.
- e) Los productos restantes que son objeto del convenio bilateral, se concentrarán en una lista de espera, en la que la transacción arancelaria se analizará posteriormente.
- f) Adicionalmente, a estos plazos de desgravación, se podrá acordar el otorgamiento de cuotas arancelarias para productos de interés de las Partes.¹⁵

Las discusiones de la ronda se concentraron en torno a intereses específicos de exportación de cada una de las partes y a la diferencia de estacionalidad de los productos sensibles. Entre otros productos, para México la prioridad se enfoca a frutas, hortalizas, jugos y miel.

En cuanto a las normas sanitarias y fitosanitarias coexiste un texto prácticamente cumplido, basado en el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial de Comercio, OMC.

¹⁵ <http://www.economia-snci.gob.mx/>

Dicho texto vislumbra la cooperación para facilitar el comercio y realizarlo en conformidad con las disciplinas multilaterales.

Por lo que se estableció que se requiere crear un comité que vaya acorde para permitir una instrumentación más eficaz de compromisos y a encontrar una solución oportuna a los problemas de acceso al mercado de productos agropecuarios.

En cuanto a las reglas de origen, el llamado "Protocolo relativo a la definición del concepto de productos originarios y métodos de cooperación administrativa" concerniente a temas como; instrucciones generales, esclarecimientos, requerimientos territoriales, privilegios y colaboraciones administrativas ya se encuentran muy avanzados aunque para la fecha en la que se llevó a cabo la octava ronda quedaban asuntos de importancia pendientes como la contabilización de materias importados bajo los conceptos denominados "acumulación total" y "acumulación regional". En las últimas rondas se ha llegado a un acuerdo en alrededor del 80% de las partidas.

Con respecto a la cooperación aduanera, se tiene un documento totalmente terminado en el que contiene una serie de mejoras y aclaraciones planteadas por México, durante la séptima ronda, con base en los principios establecidos por la Organización Mundial de Aduanas, OMA, a la que tanto México y la UE pertenecen.

Los principios y criterios convenidos de las normas técnicas están relacionados con las normas y regulaciones que puedan repercutir en el comercio de bienes por lo que se toma como referencia el Acuerdo sobre Barreras Técnicas al Comercio de la OMC.

Es decir, las Partes guardarán su derecho de establecer los niveles de protección necesaria para salvaguardar sus intereses por motivos de seguridad nacional, salud animal o vegetal y del medio ambiente. Así mismo, se comprometerán a cooperar para el entendimiento de sus respectivos sistemas de normalización, creando un comité que permita de manera eficaz instrumentar los compromisos acogidos y resolver los problemas relacionados con el comercio de bienes.

En materia de acuerdos de reconocimiento mutuo, se capituló en que la transacción se realizará discutiendo los intereses definidos de los sectores. En las prácticas desleales, las Partes continúan las sugerencias con el propósito de instaurar un punto de alcance que permita responder a la disciplina, claridad en la aplicación de medidas antidumping y cuotas compensatorias por subsidios, con el fin de que una Parte pueda tomar las medidas que se justifiquen para proteger su industria nacional, de conformidad con las reglas de la OMC, sin infringir en ilegalidades.

En el capítulo de salvaguardas se establecieron los procedimientos a seguir a fin de dar protección excepcional a un sector, frente a un aumento significativo de las importaciones, mediante la adopción temporal de medidas de salvaguarda y el correspondiente ofrecimiento de concesiones comerciales de compensación equivalentes

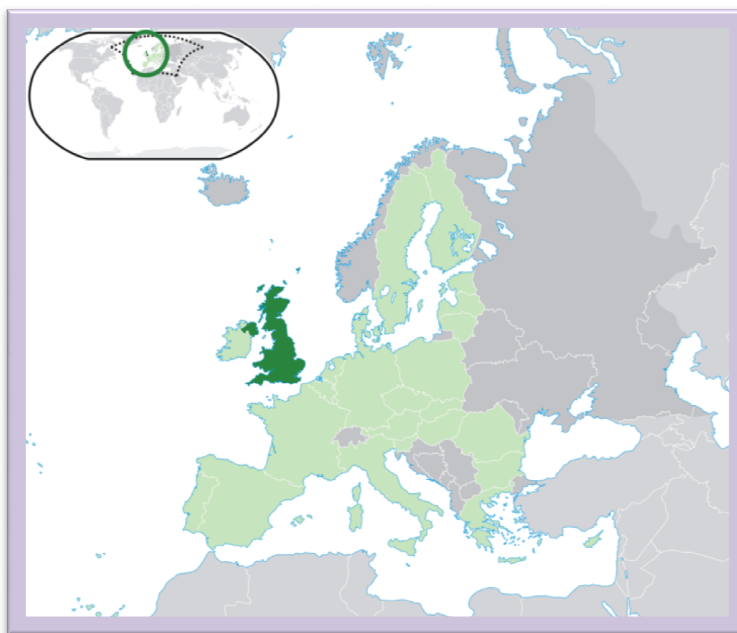
3.2 Selección del Mercado de Destino

Dentro de la Unión Europea existen varias posibilidades de elegir un destino, en este caso se eligió a la Unión Europea como destino Principal para la exportación de Zarzamora.

3.2.1 Reino Unido como destino Principal

El Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland), de manera abreviada Reino Unido , United Kingdom o UK, es un estado soberano ubicado al noroeste de Europa Continental. Su territorio está formado geográficamente por la isla de Gran Bretaña, La isla de Irlanda y pequeñas islas adyacentes.

El Reino Unido es un estado unitario comprendido por cuatro países constituyentes: Escocia, Inglaterra, Irlanda del Norte y Gales, y es gobernado por un sistema parlamentario con sede de gobierno en Londres, la Capital, pero con tres administraciones nacionales descentralizadas en Belfast, Cardiff y Edimburgo, las capitales de Irlanda del Norte, Gales y Escocia respectivamente. El Reino Unido es una Monarquía parlamentaria con la Reina Isabel II como Jefe de Estado.



Ubicación del Reino Unido

Es un país desarrollado y por el volumen neto de su Producto Interno Bruto es considerado como la quinta economía a nivel mundial. Fue el primer país industrializado del mundo y la principal potencia mundial durante el siglo XIX y el comienzo del siglo XX, pero el costo económico de las dos guerras mundiales y el declive de su imperio en la segunda parte del siglo XX disminuyeron su rol en las relaciones internacionales. Sin embargo, el Reino Unido mantiene una significativa influencia económica, cultural, militar y política y es una potencia nuclear. Es un estado miembro de la Unión Europea, uno de los cinco miembros permanentes del Consejo de Seguridad Social de Naciones Unidas con derecho a veto, y es miembro del G8, la OTAN, la OCDE y la Mancomunidad de Naciones.

3.2.1.1 Geografía

El Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte esta compuesto por:

- Gran Bretaña

Inglaterra, Escocia y Gales

- Irlanda del Norte

Datos Geográficos del Reino Unido	
Coordenadas:	54 00 N, 2 00 W
Área:	244.820 km ²
*Tierra:	241.590 km ²
*Agua:	3.230 km ²

Limites Terrestres:	360 Km con Irlanda
Línea de Costa:	12,429 Km
Zona de Pesca exclusiva	20 MN
Mar Territorial	12 MN

Fuente: www.direct.gov.uk; Marzo 2009

3.2.1.2 Clima

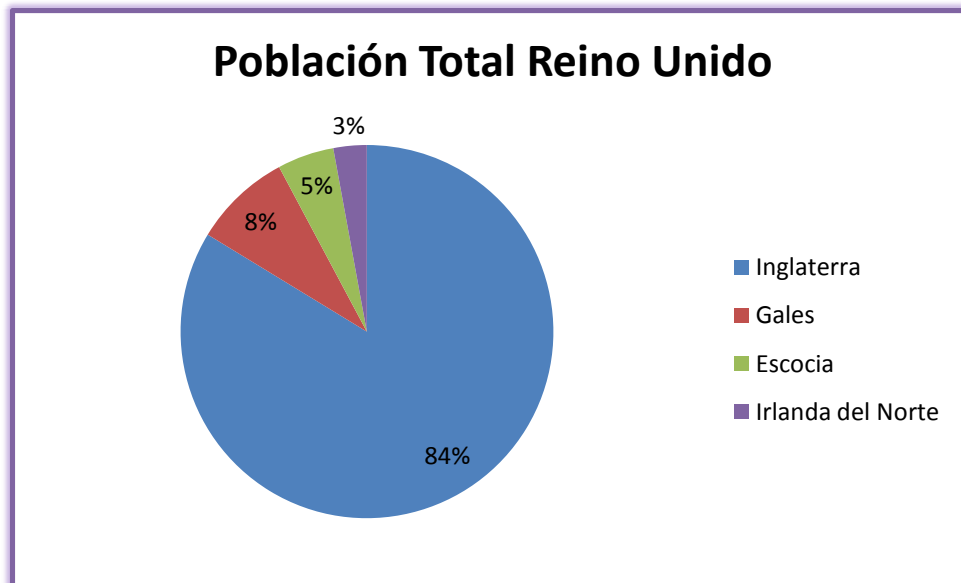
El reino Unido posee un clima Templado; moderado por los vientos del sudoeste que prevalecen sobre la corriente del Atlántico Norte. Influenciado por la corriente del Golfo también llamada *The Gulf Stream*. Cabe destacar que la mayoría de los días está nublado; el clima británico es característico por ser muy variable ya que puede pasar de manera imprevista y rápida de un día frío y lluvioso a un día soleado, en sólo unas horas.

3.2.1.3 Demografía

Con el paso del tiempo se ha podido observar el aumento de la población en los diferentes sectores del mundo, en Reino Unido también se ha dado un crecimiento en la población en los últimos años y aunque no ha sido exponencial si es observable, por ejemplo en 2001, el Reino Unido contaba con una población de 58, 789,194 la tercera más alta de Europa tras Alemania y Francia; en 2006 la población ascendió a 60, 609,153 ya para el 2007 la población era de 60,776,238 habitantes¹⁶.

¹⁶ National Statistic of UK - www.statistics.gov.uk – Mayo 2009

Al menos una tercera parte de la población británica está concentrada en el sudeste de Inglaterra y es predominantemente urbana y suburbana; habitando aproximadamente 7.2 millones en la capital, Londres.



Fuente: <http://www.statistics.gov.uk/hub/index.html>

El Reino Unido es un País que según las estadísticas realizadas en los últimos años por Las Oficinas de Estadísticas Nacionales del Reino Unido tiene un grado de alfabetismo del 99% atribuible a la educación pública universal introducida hace más de un siglo, en 1870 para el nivel primario y para el secundario en 1900.

Población del Reino Unido Por Edad y Sexo			
Edad	Hombres	Mujeres	%
0-14	5,349,053	5,095,837	17.2
15-64	20,605,031	20,104,313	67
65+	4,123,464	5,498,540	15.8

Fuentes: National Statistic of UK - www.statistics.gov.uk

Los británicos contemporáneos descienden principalmente de la variedad de grupos étnicos que se asentaron en el territorio en el siglo XI; las influencias picta, celta, romana, anglosajona y nórdica fueron mezcladas con los normandos, vikingos escandinavos quienes habían vivido en Francia septentrional. A pesar de que idiomas celtas son hablados en Gales, Escocia e Irlanda de Norte, el idioma predominante es el inglés.

Grupos Étnicos	
Británico Blanco	76.4%
Otro Blanco	9.50%
Asiático del Sur	5.30%
Negro	3.50%
Habitante de Asia del Este	1.80%
Latino Americano	1.70%
Árabe	1.70%
Otro	0.10%

Fuentes: National Statistic of UK

3.2.1.4 Economía

La Economía del Reino Unido es la quinta más grande del mundo a la par con Francia, con respecto a los tipos de cambio de mercado después de, Estados Unidos, Japón, Alemania y China, además de ha mantenido desde la Primera Guerra Mundial la disputa con Alemania y Francia por ser la primera economía europea, considerándosele así uno de los países mas desarrollados del mundo.

PIB a valores de PPA per cápita en Dólares		
2007	2008	2009*
35,134.347	36,315.453	37,493.525

Fuente: FMI - Abril 2009. *Estimado

El FMI estima que en el 2007 el PIB de Reino Unido sumó 2,772.6 miles de millones de dólares y que entre 2002 y 2007 creció a un ritmo anual promedio de 2.7% en términos reales y el año pasado su economía se expandió 3.1%. El promedio de las otras cinco principales economías de la UE fue de 1.8% anual en ese periodo.

En los últimos años la economía británica ha mantenido un crecimiento económico sostenido debido en parte a la estabilidad macroeconómica (bajos niveles de desempleo, inflación y déficit en cuenta corriente), impulsada por la expansión en el sector financiero y el consumo doméstico.

En la última década, el crecimiento del PIB per cápita ha sido fuerte y estable. Reino Unido ocupa el lugar número 7 en cuanto a ingreso per cápita (45,574.7 dólares), entre los 27 países de la UE, según estimaciones del FMI para 2007. Según información de la Organización Mundial del Comercio para el año 2006, en cuanto a comercio de mercancías, Reino Unido ocupó el lugar número 7 como exportador, con una participación de 3.7% de las exportaciones mundiales totales y el lugar 4 como importador, con una participación de 4.9% de las importaciones mundiales totales

Reino Unido es uno de los principales exportadores de servicios considerado el segundo lugar a nivel mundial después de Estados Unidos, con una

participación de 8.2% de las exportaciones mundiales de servicios. En cuanto a las importaciones de servicios, Reino Unido ocupa el tercer lugar con una participación de 6.4% a nivel mundial.

La participación de las mercancías en el comercio total de Reino Unido es de aproximadamente 73% y la participación de los servicios de 27%, lo cual es bastante significativo si se compara con la mayoría de los otros países.

El 77.6% de las exportaciones de mercancías de Reino Unido se componen de productos manufacturados como calderas, máquinas y aparatos mecánicos, automóviles, partes y accesorios de vehículos, aparatos eléctricos, componentes aeroespaciales y medicamentos preparados; el 13% de sus exportaciones corresponden a combustibles y productos minerales, principalmente de petróleo, y solamente el 5.3% corresponde a productos agrícolas.

Entre los productos importados destacan algunas materias primas como combustibles y aceites minerales, oro y diamantes, productos químicos orgánicos y plásticos, y productos manufacturados como aparatos mecánicos, vehículos, productos farmacéuticos y manufacturas de plástico.

Debido a que el comercio industrial constituye el sector más fuerte de los intercambios comerciales del Reino Unido, los principales sectores exportadores son a su vez los principales sectores importadores del comercio exterior británico.

El principal mercado para las exportaciones de Reino Unido es la Unión Europea con 61.8% de participación, Fuera de la UE, los principales importadores de productos de Reino Unido son Estados Unidos con el 13.2%, Suiza con un 1.8%, Japón con 1.7% y Canadá con 1.6%.

En cuanto a las importaciones de Reino Unido, éstas provienen principalmente de la UE (50.2%), seguido por Estados Unidos (8%), China (6.1%), Noruega (4.4%) y Japón (2.4%). Tomando en cuenta que dentro de la UE, su principal proveedor es Alemania.

De acuerdo al informe sobre competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial para el periodo 2007–2008, Reino Unido se encuentra entre las 10 economías más competitivas, ocupando la posición número 9 entre 131 países, 43 peldaños por arriba de México que se encuentra en el lugar 52. Reino Unido recibió una excelente calificación en cuanto a calidad de infraestructura y eficiencia en los mercados de bienes y de servicios.

Su mayor debilidad corresponde al ambiente macroeconómico, debido principalmente a los altos déficits del sector público.

3.3 Determinación del Mercado

Como se observó en el apartado 3.2.1.4, el Reino Unido es un mercado bastante sólido económicamente hablando; en materia de negocios, ocupa el lugar 7 dentro de los países de la UE y el 11 entre 127 países, según el ranking del Foro Económico Mundial en el 2007. También este propicia la inversión extranjera, brindándole el mismo trato que a las empresas locales,

estableciendo más empresas ajenas a la UE que en ningún otro país europeo, y su territorio alberga 130 de las 500 empresas multinacionales líderes.

3.3.1 Tabla de selección

Matriz de Selección del Mercado de Destino			
Parámetros de Selección	Bien	Medio	Bajo
Estabilidad Social y Política			
PIB o PNB			
Población			
Tratados Comerciales			
Tamaño y Tendencias del Mercado			
Intensidad de la Competencia			
Requerimientos Normativos para el Producto			
Obstáculos Burocráticos (Licencias, permisos, trámites, documentación.)			
Afinidad Cultural (Idioma, religión y costumbres.)			
Distancia Geográfica			
Apoyo Institucional de México en el Mercado (Embajada, Consulados, Consejerías Comerciales, Bancos.)			
Facilidad de Distribución del Producto (Canales.)			

3.3.2 Comercio México - Reino Unido

Es importante dentro del análisis de la selección del mercado de destino, hacer referencia a las relaciones comerciales que nuestro país tiene con el mercado seleccionado en este caso Reino Unido.

La relación Bilateral que México ha tenido con el Reino Unido a lo largo de los años ha sido cordial y en lo referente a los tratos comerciales también han existido buenos lazos que nos unen; en 2007, Reino Unido ocupó el lugar número 13 en el comercio total de México, el decimoprimerero como comprador y el 15º como abastecedor, se puede ver que es uno de los principales países con los que se mantienen relaciones de comercio y cabe destacar que es el quinto socio comercial entre los países de la Unión Europea.

El intercambio comercial entre México y Reino Unido ha crecido en un 97%, al pasar de 1,961 MD en 2000 a 3,857 MD en 2007, lo cual representa una tasa media anual de crecimiento de 11%; sin embargo al cierre de 2007, México registró un déficit de 732 MD en su comercio con Reino Unido.

En lo que respecta a las exportaciones, en el periodo 2000-2007, éstas registraron un crecimiento de 79%, pasando de 869 MD en 2000 a 1,563 MD en 2007, lo que representó una tasa media anual de crecimiento de 12%.¹⁷

¹⁷ ProMéxico - Ficha País 2008 –Reino Unido

Principales Productos Exportados por México a Reino Unido en 2007	
Oro en bruto, incluido el oro platinado	32.72%
Aceites crudos de petróleo	15.80%
Máquinas y aparatos mecánicos (principalmente para procesamiento de datos) y partes de éstas máquinas	15.10%
Máquinas, aparatos y material eléctrico (principalmente de telefonía)	7.27%
Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología y veterinaria	5.66%
Bebidas y líquidos alcohólicos, principalmente cerveza de malta	3.61%
Partes y accesorios de vehículos, automóviles de turismo	2.60%
Manufacturas de hierro y acero	1.77%
Productos químicos orgánicos (ácidos carboxílicos, cetonas, quinonas, hormonas)	1.57%
Caucho y sus manufacturas	1.42%
Subtotal	87.50%
Total	100%

Fuente: ProMéxico con base en datos de World Trade Atlas.

Por su parte, las importaciones aumentaron en 110% en el periodo 2000-2007, pasando de 1,091 MD en 2000 a 2,294 MD en 2007, con una tasa de crecimiento media anual de 12%. Sin embargo, a diferencia de las importaciones, el crecimiento de las exportaciones no que éstas han aumentado y disminuido alternadamente.¹⁸

¹⁸ ProMéxico - Ficha País 2008 –Reino Unido

Principales Productos Importados por México de Reino Unido en 2007	
Motores de émbolo, turbinas, topadoras y otras maquinas y aparatos mecánicos.	18.31%
Productos intermedios de hierro o acero, aceros aleados.	11.74%
Máquinas y aparatos eléctricos, aparatos para corte y seccionamiento, circuitos integrados y otros aparatos.	9.56%
Automóviles de turismo y demás vehículos, partes y accesorios de vehículos, vehículos para transporte de mercancía.	8.08%
Productos farmacéuticos, principalmente medicamentos.	8.03%
Instrumentos y aparatos de medida o control, osciloscopios, instrumentos y aparatos de laboratorio.	5.24%
Productos de la industria química (elementos químicos dopados, insecticidas, raticidas, entre otros).	4.73%
Aceites de petróleo o de minerales bituminosos.	3.39%
Tubos, tornillos, pernos, tuercas y demás manufacturas de hierro y acero.	3.38%
Manufacturas de plástico.	3.26%
Subtotal	75.70%
Total	100%

Fuente: ProMéxico con base en datos de World Trade Atlas.

Actualmente se puso en marcha el Plan de Negocios México-Reino Unido, el cual cubrirá el período de tres años del 1 de junio de 2008 al 31 de mayo de 2011. El propósito de este acuerdo es facilitar una mayor cooperación e intercambio de información entre UKTI y Pro México y ayudar a ambas organizaciones a identificar y promover oportunidades y sectores prioritarios

para México en Reino Unido y para Reino Unido en México, con el fin de promover inversión de calidad.

Otros acuerdos importantes suscritos entre México y Reino Unido son el convenio para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de ISR en vigor desde 1995, el convenio sobre transporte aéreo en vigor desde 1989, el acuerdo de cooperación en los sectores postal y de telecomunicaciones en vigor desde 1994, y el acuerdo para la promoción y protección recíproca de inversiones el cual aún no entra en vigor.

CAPÍTULO 4: EXPORTACIÓN

4. EXPORTACIÓN

4.1 Envase, Embalaje y Etiqueta

4.1.1 Envase

El proceso de envasado de la zarzamora comienza desde un periodo muy temprano, cuando la zarzamora es recolectada, esto porque la selección de la fruta a envasar deberá hacerse en el mismo campo del productor, con el fin de evitar la doble manipulación; es decir que se toque dos veces la fruta y esta se dañe.

El envase donde se colocan las zarzamoras se denomina como “almeja” o como “clamshell”, éste deberá ser preferentemente de polietilentereftalato es decir de pet virgen, no reciclado, de 150 gramos, que es muy ligero y de gran flexibilidad. El pequeño contenedor tiene forma de cubo en el cual la base es cuadrada con unas medidas de 7.5 cm por lado; sus dimensiones generales son de 10 por 10 por 6 cm, de 160 a 200 gramos máximo (5.6 onzas, generalmente); el clamshell cuenta también con perforaciones laterales para permitir la respiración del producto, cada lado del envase superior e inferior tienen 3 ranuras de 3 mm de ancho por 1 cm de largo y lo más importante de este es que protege a la zarzamora de cualquier tipo de merma que se pueda dar ya que la zarzamora es sumamente delicada

La tapa del envase esta adherida a uno de los extremos de éste, la cual cierra a presión manualmente y queda asegurada por unas formaciones que la mantienen cerrada.



Almeja o Clamshell

El envase deberá tener adherida en el fondo de la almeja una pequeña tela acojinada absorbente llamada pañal, esto con el objetivo de mantener la humedad. Específicamente en la zarzamora se recomienda empacar cada fruto asentado sobre su base, es decir; por el lado donde se encuentra el receptáculo, ello debido a que es una de las partes del fruto con mayor dureza, lo cual alarga la vida de anaquel.

Es importante que al momento de colocar la frutilla en la almeja se seleccionen zarzamoras del mismo tamaño, evitando colocar en un mismo recipiente de diversos tamaños, esto con la finalidad de tener un mejor empaque en todos los sentidos.



Pañal para absorber humedad

4.1.2 Empaque

Las charolas tienen una capacidad para 12 almejas o clamshells consideradas éstas como envase primario.

Las cajas pueden ser de cartón corrugado de resistencia de 7 kg; que miden 48 cm de largo por 6.4 cm de alto y 36 cm de ancho llamadas charolas, bandejas o flats. Presentan en la base 4 orificios de 2.8 cm de diámetro, 12 orificios de 4.00 cm de diámetro y 2 orificios de cada lado de 1.7 cm de diámetro, ya que tiene la finalidad de permitir la circulación del aire en las cámaras de frío, se debe señalar que son cajas base ya que no cuentan con tapa.

4.1.3 Etiquetado

El etiquetado de un producto es su tarjeta de presentación y además su garantía de calidad, es el principal medio de información entre los productores los consumidores finales. La etiqueta da la información sobre el artículo que acompaña y con el cual se expone durante su venta.

En general la etiqueta que se le coloca al Clamshell, empaque donde se comercializa la zarzamora, debe poseer la información que el mercado de destino requiera para comercializar el producto; según sea el mercado, son los requisitos que se deben de cumplir, es importante destacar que para la Unión Europea incluyendo Reino Unido, nuestro de destino, existen ciertos lineamientos en el etiquetado que se deben cumplir, para poder llegar al consumidor final.

4.1.3.1 El etiquetado de los alimentos según la legislación de la UE (Incluyendo Reino Unido)

Según La Unión Europea se define el etiquetado alimentario como: “Las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto alimenticio y que figuren en cualquier envase, documento, rótulo, etiqueta, faja o collarín, que acompañen o se refieran a dicho producto alimenticio”¹⁹.

La UE establece las normas sobre el etiquetado de los productos alimenticios a fin de que todos los consumidores europeos estén informados para decidir sobre sus compras. Las normas están concebidas para garantizar una información completa sobre los alimentos que adquieren los consumidores. Además de la información obligatoria, los productores pueden añadir toda la información adicional que deseen, siempre que sea precisa y que no lleve a engaño al consumidor.

Existen normas de etiquetado comunes a todos los productos alimenticios, y otras especiales para la carne, el alcohol y los alimentos perecederos.

La norma base es la Directiva 2000/13/ce sobre aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

¹⁹ http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index_es.htm

Se refiere fundamentalmente al etiquetado de productos alimenticios envasados destinados a entregarse sin ulterior transformación al consumidor final, restaurantes, hospitales y otros similares.

Los puntos que se deben incluir siempre y cuando sean compatibles son:

1. Cantidad: Cantidad neta del producto en volumen (litros, centilitros, etc.) para los líquidos y en masa para los demás.

2. Nombre del Producto: Debe incluir información sobre las condiciones físicas del producto alimenticio o sobre el tratamiento concreto que haya sufrido por ejemplo si es en polvo, congelado, concentrado, ahumado, etc. La indicación en su caso de un tratamiento ionizante es siempre obligatoria.

3. Lista de Ingredientes: Se deben de enumerar todos los ingredientes en orden descendiente de peso excepto cuando se trata de mezclas de frutos u hortalizas, incluyendo los que provocan reacciones alérgicas (como los cacahuetes, la leche, los huevos o el pescado). También será obligatorio indicar el porcentaje en el que figuran los ingredientes descritos en el nombre del producto.

4. Tiempo límite para el consumo: La Fecha de caducidad y la de Consumo preferente antes de..., señalan el tiempo en el que el producto se mantendrá fresco e inocuo para la salud.

- La **fecha de caducidad** se utiliza en los productos alimenticios que se deterioran rápidamente como la carne, los huevos o los productos lácteos. Todos los embalajes de productos frescos indican su fecha de caducidad. Estos productos no deben consumirse después de su fecha de caducidad, pues pueden producir una intoxicación.

- **Consumir preferentemente antes de ...** es la leyenda que se utiliza en los productos alimenticios que pueden conservarse más tiempo como los cereales, el arroz o las especias.

No es peligroso comer estos productos después de esa fecha, pero pueden haber empezado a perder su aroma y su textura.

En el caso de la Zarzamora el empaque debe de hacer referencia e hincapié a la Fecha de caducidad esto por ser un producto fresco, es decir perecedero que tiene una vida de anaquel limitada.

5. Fabricante/importador: El nombre y la dirección del fabricante, el empaquetador o el importador deben figurar claramente en el embalaje a fin de que el consumidor pueda ponerse en contacto con él en caso de reclamación o para solicitar información adicional acerca del producto.

6. Producción ecológica: La utilización de la denominación “producción ecológica” en el etiquetado está regulada estrictamente por la legislación de la UE. Solo se autoriza en aquellos métodos específicos de producción

alimentaria que se ajustan a unas elevadas normas de protección del medio ambiente y de bienestar de los animales.

Los productores están autorizados a utilizar el logotipo europeo “Agricultura ecológica – Sistema de control CE” si se ajustan a las condiciones requeridas.

7. Organismos modificados genéticamente (OMG): Es obligatorio indicarlo en el etiquetado de aquellos productos cuyo contenido en OMG supere el 0,9%. Todas las sustancias cuyo origen sea un OMG deben mencionarlo en la lista de ingredientes con las palabras “modificado genéticamente”

8. Origen: La indicación del país o región de origen es obligatoria para determinadas categorías de productos, como la carne, los frutos y las hortalizas. También es obligatorio cuando el nombre de la marca u otros elementos del etiquetado como pueden ser una imagen, una bandera o una referencia a un lugar puedan llevar a engaño al consumidor respecto al verdadero origen del producto.

9. Valor Nutritivo: Indica el valor energético y los nutrientes de un producto alimenticio como son las proteínas, la grasa, la fibra, el sodio, las vitaminas y minerales, entre algunos otros. Estos datos deberán indicarse en caso de que exista una declaración de propiedades nutritivas del producto.”

10. Declaración de propiedades nutritivas y saludables: Existen normas de la UE que garantizan que todas las declaraciones sobre las propiedades

saludables o nutritivas que figuran en los embalajes de los alimentos sean verdaderas y basadas en la realidad científica.

Las declaraciones como “bajo en grasas” o “rico en fibra” deben ajustarse a definiciones armonizadas para que signifiquen lo mismo en todos los países de la UE.

Las declaraciones de propiedades saludables como «bueno para el corazón» solo se permiten si están científicamente demostradas. No es posible incluir una declaración de propiedades saludables en un producto con alto contenido en sal, grasas o azúcares. Quedan prohibidas las siguientes declaraciones de propiedades saludables:

- Que evitan, alivian o curan enfermedades humanas;
- Que hagan referencia al ritmo o a la magnitud de la pérdida de peso;
- Que hagan referencia a médicos concretos;
- Que sugieran que la salud podría verse afectada si no se consume el alimento

4.2 Logística de exportación

4.2.1 Clasificación Arancelaria

La fracción arancelaria de la Zarzamora es: **08.10.20.01**

Ésta clasificación se hace a través del Sistema Armonizado para la Codificación y Designación de Mercancías, que es un sistema de codificación para identificar todas las mercancías y satisfacer las necesidades del comercio internacional, está vigente en más de 120 países; de aquí es de donde se extrae la clasificación arancelaria de la zarzamora que se establece dependiendo de la forma en la que se exporte; cabe destacar que para efectos de comercio exterior el Sistema Armonizado de Designación y Clasificación de Mercancías, coloca a las moras, frambuesas y zarzamoras dentro de la misma

fracción arancelaria sin embargo es importante resaltar que son frutos con distintas toxicidades y clasificaciones biológicas.

Clasificación Arancelaria		
Capítulo	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida	0810	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
Subpartida	081020	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa.
Fracción	08102001	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa.

Dentro de la esta fracción arancelaria se clasifica la Zarzamora y con esto, como se menciono anteriormente, la zarzamora mexicana, queda exenta del pago de aranceles en toda la Unión Europea, incluido El Reino Unido.

4.2.2 Regulaciones

Existen regulaciones arancelarias en las que los aranceles o impuestos son cubiertos tanto por importadores como por los exportadores en las aduanas de entrada y salida de los productos; en el caso de nuestro país destino, Reino Unido, no implica ninguna regulación arancelaria para la zarzamora originaria de México. Esto debido a los acuerdos y las negociaciones que nuestro país tiene con la Unión Europea, como lo es el TLCUEM.

Es importante señalar que existen regulaciones no arancelarias cuantitativas, las cuales son los permisos previos, precios oficiales, impuestos compensatorios, dumping y subvenciones; sin embargo en la zarzamora al igual que con las regulaciones arancelarias no existe algún tipo de regulación de este rubro que limite el comercio de la frutilla entre México y Reino Unido.

Por otro lado, en lo que se refiere a las regulaciones de tipo cualitativo existe una serie de medidas que, regulan al comercio dándoles transparencia y

seguridad a los consumidores; entre las principales medidas sobresalen las normas de calidad y las regulaciones fitosanitarias.

4.2.2.1 Normas de calidad

La calidad de un producto hortofrutícola es una combinación de características, atributos y propiedades que le otorgan valor como alimento para el hombre, o características que determinan que un cierto producto sea del gusto de un consumidor o un segmento el cual se desea satisfacer con dicho producto.

La exportación de zarzamora de calidad adecuada, homogénea y constante en el tiempo, constituye un factor decisivo al desarrollo y manutención del prestigio de los productos en el mercado de destino. Esto implica cumplir una serie de exigencias principalmente referentes a cuestiones de:

- Fitosanidad.
- Tolerancia de residuos de pesticidas.
- Características de calidad propiamente dispuestas por el comprador o establecidas de acuerdo a normas o estándares como: calibre, color, tolerancia de defectos, madurez, etc.
- Características de los envases y embalajes.

En el caso de la zarzamora para exportación, las características generales de calidad con las que deben cumplir son las siguientes

1. El color de la fruta deberá ser de un negro brillante y no deberá de contar con más de dos drúpelas de color rojizo.
2. La fruta no deberá presentar ninguna drúpela reventada, ni tener residuo alguno de fertilizantes o productos químicos que puedan hacer que la

- fruta entre en un proceso de descomposición más rápido del usual o afectar al consumidor.
3. Si bien no es lo principal, el tamaño también tiene su importancia porque en cada concha o almeja se deberán de acomodar las zarzamoras de acuerdo a su tamaño, pero deberá de tener una forma redonda u ovalada, no deberá de tener desperfectos.
 4. Evidentemente no debe de tener aroma desagradable, ni ser absorbidos por materias extrañas durante su extracción, ni contener residuos, filtraciones y/o almacenamiento que estimulen la fermentación.
 5. No deben usarse aditivos alimentarios para su conservación. Si la fruta no cumple con estas especificaciones, pierde plenamente su calidad para la exportación.

Tomando en cuenta que nuestro destino a es la Unión Europea en específico, El Reino Unido, es importante destacar que existen ciertas normalizaciones que se aplican de manera general en Europa para el control de la calidad; las Disposiciones concernientes a calidad tienen las siguientes dos variables:

1 Requerimientos mínimos: que son con los que las frutas y hortalizas (en nuestro caso la zarzamora) deben cumplir mínimamente al momento del despacho como lo es: estar sanas, esto es, libres de defectos que puedan afectar su capacidad natural de resistencia tales como indicios de deterioro o descomposición, machucaduras o heridas no cicatrizadas. Estar intactas, limpias, libres de materia extraña, libres de olor o sabor anormal y sin humedad superficial anormal, considerando la naturaleza del producto. Ser de apariencia

y tamaño normal, de acuerdo a la variedad, estación y área de producción. Haber alcanzado un grado de madurez tal, que considerando la duración normal del trayecto, asegure el arribo del producto en buenas condiciones, especialmente un sabor satisfactorio, teniendo en cuenta la variedad.

2. *La Clasificación de los productos:* esto se refiere a que deben ser ordenados o clasificados en tres categorías, designadas que son la Extra, la Primera y la Segunda; definidas de acuerdo a sus características de calidad y defectos.

A continuación se describen las características que deberán poseer las zarzamoras exportables a la Unión Europea según su clasificación

Calidad extra

- Tamaño: 90% de la muestra debe tener las siguientes medidas: 1.5cm de diámetro en la parte más ancha y 2.5 cm de longitud.
- Color: la muestra debe tener un mínimo de 60% de la superficie de color morado oscuro.
- Daño por hongos: no se permite porcentaje alguno de daño por hongos.
- Daño por insectos: Máximo 2% permitido.
- Presencia de materiales extraños: Ningún porcentaje permitido

Calidad primera

- Tamaño: 90 de la muestra debe tener las siguientes medidas: 1.5cm de diámetro en la parte más ancha y 2.0cm de longitud.
- Color: La muestra debe tener a lo mucho el 60% de la superficie de color orado oscuro.

- Daño Físico: Se permite un máximo del 10% en daño físico por magullamiento, roce o cortaduras.
- Daño por Hongos: Máximo permitido 2%
- Daño por insectos: Cuando el producto tiene algo más del 2% visible.
- Presencia de materiales extraños: Ningún Porcentaje permitido.

Segunda calidad

- Tamaño: El 11% o más de la muestra tienen medidas inferiores a 1cm de diámetro en la parte más ancha y 2cm de longitud.
- Color: Cuando más del 20% de la muestra tiene una superficie con menos del 60% color morado oscuro.
- Daño físico: Cuando el producto tiene más del 10% en daño físico por magullamiento, roce o cortaduras.
- Daño por hongos: Si el producto tiene más de 2% del daño visible.
- Daño por insectos: Cuando el producto tiene algo más del 2% visible.

4.2.2.2 Regulaciones Fitosanitarias

Las medidas fitosanitarias de la Unión Europea buscan prevenir el ingreso y la diseminación de organismos que perjudiquen la salud de la comunidad y el equilibrio de las plantas y animales del territorio. La autoridad responsable de cada país (incluido Reino Unido) exigirá el certificado fitosanitario y realizará la respectiva inspección de ingreso. Después del ingreso de los productos podrán, estos podrán circular libremente en toda la UE.

En General la Unión Europea no presenta mayores barreras fitosanitarias, sin embargo es importante que el exportador antes de ingresar al mercado

Europeo, realice su propio análisis de plagas, es decir establezca las plagas que afectan el producto a exportar, qué plagas existen en México, las compare con la listas de riesgo de la European and Mediterranean Plant Protection Organization (EPPO) y establezca procedimientos alternativos de mitigación del riesgo. Este análisis le dará mayor confianza al importador y le permitirá al exportador ingresar más fácilmente al mercado, teniendo una ventaja estratégica frente a otros competidores, a su vez que mejorará la comunicación entre productores y comerciantes.

4.2.3 Documentación Necesaria

Al exportar cualquier perecedero se tienen que tramitar varios documentos, estos suelen ser similares o idénticos entre casi todos los productos provenientes del campo; estos se tramitan con el fin de cumplir con los requisitos necesarios para exportar.

A partir del momento en el que se inician los trámites de documentación se puede decir que la logística de exportación comienza.

Los documentos necesarios para realizar trámites para la exportación de la zarzamora son:

- Certificado Fitosanitario
- Certificado de Origen (ANEXO1)
- Factura Comercial
- Lista de empaque
- Documentos de Transporte
- Pedimento de exportación (ANEXO 2)

4.2.4 Canal de distribución

El canal de distribución es aquel donde participan un grupo de personas y empresas para que un producto tenga un flujo que va, desde la producción, pasando por varios eslabones, hasta llegar al consumidor final.

En este canal de distribución siempre se incluye tanto al productor, intermediario o intermediarios y al consumidor final.

El objetivo de la distribución de la zarzamora es que la frutilla, llegue en perfecto estado, de manera que se encuentre en diferentes formas de disminuir el costo de distribución; así como, la merma del mismo.

En Europa como en otros mercados, la mayoría de las veces la zarzamora se compra a través de importadores mayoristas especializados, brokers o de grandes cadenas de supermercados, las cuales gozan de sus propias agencias de importación. Son mínimos los casos que se dan de pequeños o medianos minoristas los cuales se dedican a llevar a cabo sus propias importaciones de manera directa.

A continuación se muestran cuatro de los niveles del canal de comercialización;

1. Importadores o brokers:

Reciben la mercancía en los puertos distribuyéndoles a los minoristas y a cadenas de supermercados.

2. Procesadores de primer nivel:

Reciben la fruta ya procesada (pulpa o concentrado).

3. Procesadores de segundo nivel:

Estos se encargan de la elaboración de otros productos con la zarzamora procesada para yogurt, helados, bebidas, salsas, etc.

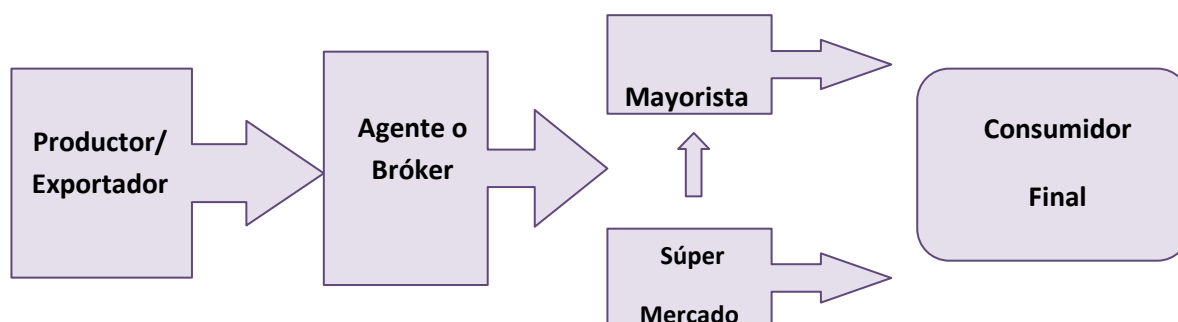
4. Distribuidores

Entregan la fruta fresca o procesada a cadenas especializadas, detallistas y otros consumidores, que en este proyecto serán los utilizados.

Los productores tienen la responsabilidad física de que llegue bien al aeropuerto de partida y obviamente también existe la responsabilidad de que después de ahí la zarzamora llegue en condiciones óptimas al consumidor final.

4.2.4.1 Canal de distribución Reino Unido

El sistema de distribución de frutas y hortalizas del reino unido sigue el esquema clásico: productor/exportador, agente o bróker, importador/mayorista, minorista y consumidor final, con variaciones específicas que caracterizan el mercado de este país.



En el reino unido más de la mitad de las ventas minoristas de frutas corresponden a supermercados; el 23% a tiendas especializadas; el 12% a mercados abiertos y el 14% a otros expendios²⁰.

²⁰ http://www.economywatch.com/world_economy/united-kingdom/export-import.html

Los supermercados, el canal más significativo en la distribución minorista de frutas tienden a consolidarse y a concentrarse de acuerdo con la tendencia de la mayoría de países desarrollados que generan, de esta manera, un importante poder de negociación.

Actualmente, el 80% de las ventas minoristas de alimentos corresponden a las cinco cadenas más grandes de supermercados: Tesco, Sainsbury, Asda/Walmart, Safeway y Somerfield/Swik Save²¹.

Las centrales de compras de los supermercados se han convertido en los agentes más importantes dentro de la cadena de distribución de alimentos haciendo de los importadores/distribuidores mayoristas ajusten sus estrategias comerciales a sus demandas. Por ejemplo, aplicando su gama de servicios como re-paletización, pre-empaque, pre cortado, maduración, etc. En general, los supermercados no realizan importaciones directas y delegan esta función a importadores/distribuidores especializados.

El segmento de frutas tropicales y exóticas (como la zarzamora) en todas las presentaciones, fresco, congelado, seco y procesado; presenta las mayores oportunidades de exportación al reino Unido por la disposición del mercado a probar productos nuevos o exóticos y tipo gourmet, especialmente en un segmento de ingresos altos de la población, y por la presencia significativa de inmigrantes asiáticos y africanos. Pero hay que tener en cuenta la fuerte competencia de España y de los proveedores africanos (la cual se basa en costos bajos de mano de obra y de transporte), al suministro oportuno por la cercanía geográfica, a la infraestructura disponible de transporte en estos

países, y a la prolongación del periodo de oferta interna a través del cultivo de variedades tardías de invernadero.

4.2.5 Términos Internacionales de comercialización

Los INCOTERMS son los denominados International Commercial Terms en inglés o los Términos Internacionales de Comercio como se les conoce en español, son normas relacionadas con las condiciones de entrega de las mercancías; se les usa para dividir los costos de las transacciones, delimitando las responsabilidades entre el comprador-importador y el vendedor-exportador. (Anexo 3)

Los INCOTERMS se agrupan en 4 grupos o categorías: E, F, C, D.

- **Categoría E:** EXW. Es la primera y la más simple de todas las categorías puesto que el vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en su local (del vendedor).
- **Categoría F:** FCA FAS y FOB. El vendedor entrega la mercancía a un medio de transporte escogido por el comprador.
- **Categoría C:** CFR, CIF, CPT y CIP. Aquí el vendedor contrata el transporte sin tomar los riesgos de pérdida o daño de la mercancía o costos adicionales después de la carga y despacho.
- **Categoría D:** DAF, DES, DEQ, DDU y DDP. En esta categoría el vendedor asume todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino.

4.2.5.1 INCOTERM Seleccionado

El INCOTERM que se seleccionó es el DDP, este se encuentra en la última categoría y no solo eso, es el último de todos los términos, es decir que al cotizar y al trabajar con este término se realizará la exportación de manera completa ya que el vendedor se encargara de realizar toda la logística de exportación y comercialización llevando el producto desde su local hasta el local del comprador o importador.

DDP - Delivered Duty Paid - Destino determinado con gastos portuarios pagados. El vendedor se hace cargo de los gastos de coste y flete hasta el destino final, incluyendo cargos portuarios y de entrega en el lugar de destino.

4.2.6 Formas de pago.

En el ámbito del comercio internacional existen varias formas de pago su finalidad es facilitar el comercio, eliminando la desconfianza que pudiera existir entre compradores y vendedores.

Son comúnmente utilizadas en las primeras operaciones de exportación que realizan las empresas, ya que por lo general se busca la seguridad de cobro de la operación.

Para llevar a cabo el cobro de las operaciones se recurre generalmente al instrumento de pago denominado Carta de Crédito; este instrumento asegura al exportador la percepción del importe facturado ya que esta operación cuenta con la intervención y el respaldo de dos bancos, uno se encuentra en el país

del exportador y otro en el país del importador. Sin embargo la carta de crédito no es una forma de pago aceptada en los productos perecederos²².

Otra opción bastante conveniente en nuestro caso es el seguro de crédito de exportación, aquí se adquiere una póliza con el objetivo de cubrir una de los puntos de más riesgo con los que se enfrenta un exportador es decir el no pago; ya sea debido a la insolvencia del importador denominando esto como un riesgo comercial o a eventos políticos entre otros.

El seguro de crédito a la exportación se menciona frecuentemente en relación con las garantías de crédito a la exportación. Sin embargo, mientras que las garantías cubren los préstamos bancarios para la exportación, las pólizas se emiten en favor de los exportadores.

Se disponen de varios tipos de seguros de crédito a la exportación; difieren de país a país de acuerdo a las necesidades de la comunidad de negocios. Los seguros de crédito a la exportación más ampliamente utilizado son:

- **Seguro de crédito a la exportación corto-plazo:** Generalmente cubre los periodos que no exceden de 180 días. Las etapas de pre y post embarque son cubiertas por este seguro, y se protege contra riesgos comerciales y políticos.
- **Seguro de crédito a la exportación de mediano y largo plazo:** Este tipo de seguro se emite para créditos a largo plazo - hasta tres años o más largos. Proporciona cobertura para el financiamiento de la

²² Manual de Modalidades de Pago Internacional – BANCAMEX

exportación de bienes de capital y servicios o costos de construcción en países extranjeros.

- **Seguro a la inversión:** Dentro de este tipo de pólizas, se ofrece garantía a los exportadores que inviertan en países extranjeros
- **Seguros de comercio exterior:** Este tipo de seguros aplica a bienes que no se embarcan del país de origen y no está disponible en muchos países en desarrollo.
- **Seguros de riesgo cambiario:** Este tipo de seguros cubre pérdidas originadas por la fluctuación en los tipos de cambio respectivo de las monedas nacionales del importador y del exportador sobre un periodo de tiempo determinado

4.2.6.1 Forma de pago Utilizada

El seguro de crédito más viable para llevar a cabo nuestra operación es el *seguro de crédito de exportación de corto plazo*.

4.2.7 Seguros

Los seguros son parte importante que tenemos que tomar en cuenta puesto que nuestra mercancía puede sufrir algún percance en el transcurso de la comercialización por lo tanto siempre debe de estar protegida.

Lo más utilizado es el seguro contra daño; el cual podemos definir como aquel contrato de seguro que pretende el resarcimiento de un daño patrimonial sufrido por el asegurado, daño que puede producirse por una destrucción o deterioro de un bien o por algún robo. En nuestro caso las compañías que nos brindan los servicios de transporte, también nos dan el servicio de la aseguración de los bienes por los daños que estos sufran.

4.3 Logística de comercialización:

Cosecha y Post Cosecha

En este subcapítulo se desarrollará todo el proceso que sigue la zarzamora desde su cultivo (retomando algunos aspectos del capítulo 2 que nos habla de todo lo relacionado con la producción) hasta llegar al consumidor final.

Todo el proceso inicia con la cosecha de la fruta como se enmarco en el punto 2.2.4; la cosecha se tiene que hacer justamente cuando la fruta esta en su punto exacto ya que la no tiene la capacidad de madurar después del corte, por este motivo se tiene que hacer de la manera indicada y por manos capacitadas para que el producto tenga la calidad necesaria; en cuanto se realiza el corte (a primeras hrs. Después de secarse el rocío y antes de las 10 a.m.), la fruta se debe de colocar en los Clamshell y cajas tomando en cuenta todos los puntos básicos de la cosecha y de selección; inmediatamente después (15 minutos aproximadamente) se envían las cajas a las empacadoras donde la frutilla se somete al pre-enfriado para eliminar el calor de campo.

Pre-Enfriado

Una vez que la fruta está en el empaque, se lleva a cabo una revisión, donde son eliminados los frutos que no cumplen con las características necesarias, consecutivamente se envían los frutos debidamente empaquetados y que si pasaron la revisión a los cuartos de refrigeración de las cámaras frigoríficas, aquí inicia el proceso de embalaje y durante este se extrae el calor de la fruta. A continuación, se transporta la fruta a la estancia correspondiente de la cámara frigorífica en donde se almacenará la fruta para mantenerla a temperaturas de entre 6° y 0 °C, con humedad relativa de 90 a 95 %.

Después, la fruta podrá ser trasladada a los contenedores tipo e, que poseen unas dimensiones de 72 por 85 por 88 cm, con carga máxima de 226kg.; en los que se transportará la zarzamora, estos, tendrán conexión con la cámara frigorífica por la parte de atrás, esto con la finalidad de llenar el contenedor prácticamente dentro de la cámara y que la fruta no sufra ningún cambio de temperatura.

En la parte interna del contenedor se coloca una especie de almohadilla plana que contiene grenetina natural preparada con agua congelada, la cual ayudará a la frescura y buen estado del producto previniendo descomposturas del termo – King o Cambios de temperatura en el avión.

Cada contenedor tiene capacidad de 42 flats (generalmente 36) agrupados en 6 filas con 7 flats.

Dentro del contenedor una vez puesta una almohadilla inferior se colocan otras 4 en las paredes del mismo; se estiban 4 flats y se coloca otra almohadilla, después se coloca una estiba de 3 filas. El traslado de la huerta al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México será por vía terrestre en carros thermo-king; esto significa que toda la fruta que se pretenda destinar a la exportación deberá ser enviada por vía aérea en contenedores refrigerados.

Transporte Terrestre

Una vez Cargado el Transporte Terrestre y con la mercancía lista, este se pone en marcha rumbo al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, el recorrido es de 4:30 hrs aproximadamente

Cabe destacar que siempre se tiene que hacer un análisis exhaustivo del tipo de transporte que se utilizará tomando en cuenta que es muy necesario pues

de esto depende el éxito de todo el proceso de exportación; los aspectos claves que se tienen que tomar en cuenta son, el peso, el volumen del producto, la vida de anaquel (en nuestro caso por tratarse de un perecedero) y las distancias.

Aduanas y Despacho País de Origen

Una vez llegada la mercancía a la Aduana del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México se procede al despacho de mercancías.

El despacho de Mercancías se define como: “Conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento deben realizar en la aduana las autoridades aduaneras y los consignatarios destinatarios propietarios poseedores o tenedores en las importaciones y los remitentes en las exportaciones así como los agentes o apoderados aduanales”²³.

Al entrar a la aduana se registra la entrada de la mercancía, se internan las mercancías (la zarzamora) al recinto fiscal y se presenta el pedimento correspondiente acompañado de la Factura Comercial y los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias; después de esto se tiene que esperar el resultado del SAAI, impreso en el Pedimento, resultado del cual se pueden derivar dos soluciones:

1. Realización del reconocimiento aduanero de las mercancías por parte de la autoridad aduanera; después de esto se dará la liberación de las mercancías y modulación por segunda vez del pedimento que tiene la

²³ Art. 35 de la Ley Aduanera Vigente al 24 de Agosto del 2009.

finalidad de determinar si las mercancías tendrán un segundo reconocimiento aduanero, si esto es negativo se dará el desaduanamiento libre de las mercancías.

2. Desaduanamiento libre de las mercancías para efectos del reconocimiento aduanero; después de esto de nueva cuenta se modula el pedimento ante el mecanismo de selección automatizada y se espera el la impresión del resultado pudiendo obtener el desaduanamiento libre de las mercancías para el segundo reconocimiento, es decir la liberación de las mercancías, u obteniendo el reconocimiento aduanero de las mercancías para efectos del segundo reconocimiento aduanero por parte de los dictaminadores.

Después de liberar las mercancías a exportar del despacho aduanero están listas para poderlas colocar en el transporte aéreo que las llevará a su destino final.

Transporte Aéreo

El transporte aéreo es el indicado para la operación de venta que se desea hacer ya que el producto es perecedero y se requiere que el fruto llegue lo antes posible a su destino después de la cosecha ya que la vida de anaquel del producto es de corta.

La línea aérea de transporte que realiza viajes directos (por tratarse de un perecedero se requiere de viaje directo) de México a Reino Unido es Mexicana de Aviación (Compañía Mexicana de Aviación, S.A.de C.V.) la cual posee vuelos los días martes, miércoles, viernes y sábados, en su vuelo MX 1594 que despeg a las 17:40 hrs (México) de la Terminal 1 del Aeropuerto

Internacional B. Juárez, arribando a la Terminal Sur del aeropuerto Gatwick, en Londres Gran Bretaña a las 10:40 hrs (Meridiano).

Una vez realizado el despacho aduanero y sabiendo que el transporte aéreo es Mexicana de aviación, la fruta se lleva desde las instalaciones de la aduana a las de la aerolínea para que los trabajadores de la misma hagan las maniobras correspondientes de carga de la mercancía. Una vez lista la mercancía, se mantiene en la aeronave que es un Boeing 767-200/200 ER únicamente en espera que el avión despegue; después de esto la mercancía tiene viaje con un transcurso de 11 horas aproximadamente.

Una vez que el avión llega a su lugar de destino (Londres, aeropuerto de Gatwick) se realizan las maniobras de descarga de la fruta para después llevarlas a la aduana de llegada donde pasará el proceso de despacho aduanero de imputación.

Aduanas y Despacho País de Destino

Una vez que la mercancía se encuentra en la aduana se procede al desaduanamiento las mismas dentro del país de origen, este proceso es similar al que las mercancías tuvieron en el país de origen para poder ser exportadas; ahora las autoridades aduanales correspondientes del país de destino realizan el despacho de las mercancías donde se presentan todos los papeles necesarios; factura comercial, y los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias (certificado de origen, certificado fitosanitario, lista de empaque, guía aérea), para verificar que las mercancías se encuentran legalmente, después de este proceso y de que todo este en orden la fruta queda liberada para entrar al territorio inglés.

Transporte de al Destino Final (Almacén del importador)

Cuando la mercancía haya pasado el requerimiento necesarios y sea posible su entrada al territorio nacional, personal de la compañía de transporte Dudd's Group se encargará de llevar la fruta hasta el local del importador.

4.4 Tiempo de exportación

Duración de la exportación	
Actividad	Tiempo
Cosecha y Post Cosecha	2 hrs.
Pre-enfriado y Embalaje	2 hrs.
Carga Transporte Terrestre	30 min
Transporte Empacadora - Aeropuerto Internacional Cd. México	5 hrs.
Despacho Aduanal (México)	2 hrs.
Maniobras de Carga	1.5 hrs
Transporte Internacional México - Reino Unido	11hrs.
Maniobras de descarga	1.5 hrs.
Despacho Aduanero (R.U.)	2hrs
Maniobras de carga y Transportación al almacén del Importador	2hrs.
Total	29.5 hrs. Aproximado

4.5 Cotización

Concepto/ Cotización		Pesos Mexicanos por Clamshell (Unidad)	Libra Esterlina por Clamshell (Unidad)
Fruta	\$25.00 Kg	\$ 3.80	£ 0.1758
Etiqueta	\$2,500/12500 Pza.	\$ 0.20	£ 0.0093
Charola	\$5/Pza.	\$ 0.42	£ 0.0194
Clamshell	\$10000/30000 Pza.	\$ 0.33	£ 0.0153
Contenedor	\$2,500/50Pzs.	\$ 0.10	£ 0.0046
Certificado Origen	0	0	0
Certificado Fitosanitario	\$ 350.00	\$ 0.14	£ 0.0065
EXW	Total	\$ 4.85	£ 0.2244
	Transporte Terrestre Ziracuaretiro-DF con seguro incluido.	\$5000 /Carga	\$ 1.98 £ 0.0916
	Agente Aduanal gatos complementarios incluidos.	\$ 2,068.00	\$ 0.82 £0.0379
FOB	Total	\$ 7.65	£ 0.354
	Transporte aéreo México DF- Londres con seguro.	2000USD/Carga	\$ 10.71 £ 0.4956
CIF	Total	\$ 18.36	£ 0.8496
	Agente Aduanal país de destino.	114 Libras	\$ 0.99 £ 0.0458
	Transporte Terrestre al almacén del importador (seguro incluido).	52 libras	\$ 0.45 £ 0.0208
DDP	Total	\$ 19.80	£ 0.9162
	Venta al consumidor Final	\$ 42.79	£1.98
Margen	(Vta. al C.F.) - (Total DDP)	\$ 22.99	£1.0638

Venta al consumidor fina £1.98 = 42.7885
 Tipo de Cambio 30/Sep/09 **1 GBP = 21.6104 MXN**
 Margen = **\$22.9885 = £1.0638**

CONCLUSIONES

México es un país que posee grandes características climatológicas que le han permitido dar ventajas comparativas a sus productos agrícolas, derivadas de las condiciones físicas y geográficas propicias para la producción de frutos, permitiendo la obtención de productos a un bajo costo y acorde con los niveles de calidad que demanda el mercado. Por ello debemos de aprovechar e impulsar la comercialización a nivel internacional de los productos en los que como nación poseemos dichas ventajas, ya que de esta manera se impulsa la economía nacional, se diversifican las divisas y buscar un equilibrio en la balanza comercial.

En específico Michoacán tiene características que hacen que el estado sea el principal productor a nivel nacional de aguacate, coco, durazno, fresa, guayaba, lenteja, melón, y zarzamora; sin embargo el producto al que más alusión se hace es al aguacate, ya que la organización de los productores ha permitido que se exporte regularmente a los Estados Unidos de América. Por su parte la zarzamora también se exporta a Estados Unidos; sin embargo la falta de una buena estructuración y alineación de los productores ha hecho que sólo la región de los Reyes sobresalga, aunque la región de Uruapan en el municipio de Ziracuaretiro produce también zarzamora de calidad exportable. Pudiendo convertirse en un polo productivo de zarzamora; esto con una organización de los productores, con el aprovechamiento de las ventajas que nuestra fruta y su producción poseen frente a las de otros países, utilizando los beneficios de los tratados de libre comercio y con la asesoría de un experto en comercio internacional que les ayude en todo lo relativo a la exportación del producto.

Estados Unidos es un país altamente consumidor de los productos agrícolas mexicanos de ahí que se considere como un mercado seguro al cual llegar, visión positiva, pero cerrada, ya que esto no ha dejado que se trate de comercializar en otros mercados, lo cual daría a México una diversidad en su cartera de clientes, así como de nuevas divisas.

Diversificar los mercados, exportar a diferentes países, es algo que no se hace con frecuencia en nuestro país, siempre nos enfocamos al mercado Norteamericano, sin recordar que existen tratados comerciales que facilitan la comercialización de nuestros productos más allá del continente americano. El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea da a México grandes oportunidades en el mercado europeo, beneficios que cada vez son mayores al no tener que cubrir barreras arancelarias y solamente teniendo que cumplir con las no arancelarias cualitativas.

Reino Unido es un país miembro de la Unión Europea, el cual nos brinda los beneficios del TLCUEM anteriormente enunciados, además de ser un excelente nicho de mercado para la zarzamora michoacana, ya que es uno de los principales consumidores de la frutilla dentro de la UE puesto que no cuenta con las condiciones apropiadas para producirla, por otro lado existe un lazo comercial cordial entre Reino Unido y nuestro país, que facilita la venta de nuestro producto ahí.

En resumen podemos destacar las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee el proyecto en general.

Fortalezas:

- Condiciones climáticas favorables que permiten el cultivo de la zarzamora.
- Bajos costos en la Mano de obra.
- Desgravación Arancelaria para la zarzamora bajo el TLCUE.
- Precio competitivo.
- Frutos de buena calidad.

Oportunidades:

- Amplia estacionalidad de en la producción de zarzamora michoacana.
- Comportamientos que se inclinan por el consumo de frutos frescos.
- Alto consumo de Reino Unido de frutillas como la Zarzamora.
- Tratados comerciales (TLCUEM) que permiten la entrada a la Unión Europea de la zarzamora, únicamente cumpliendo con las regulaciones no arancelarias cualitativas.
- Diversificación de mercados y Divisas.

Debilidades:

- Deficiente integración a la cadena productiva y su vínculo de comercialización eficiente con un alto valor agregado.
- Resistencia de los productores a crear organizaciones y/o asociaciones que permitan solucionar problemas.
- Falta de cultura exportadora por los productores.
- Producción dedicada al mercado Norteamericano.

- Distancia geográfica.

Amenazas:

- Economía Mundial en crisis.
- Riesgo de la manipulación fitosanitaria.
- Competencia de Europa Occidental.

ANEXOS

Anexo 1 Certificado de Origen para la Unión Europea

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A		000.000
	Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso		
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa)	2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre		
	<p>.....</p> <p style="text-align: center;">y</p> <p>.....</p> <p>(indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)</p>		
	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos	5. País, grupo de países o territorio de destino	
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)	7. Observaciones		
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos (1); Designación de las mercancías (2)	9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m ³ , etc.)	10. Facturas (mención facultativa)	
11. VISADO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL COMPETENTE Declaración certificada conforme Documento de exportación (3): Sello Modelo No..... Aduana o Autoridad gubernamental competente:.... País o territorio de expedición:..... En....., a..... (Firma)	12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. En....., a..... (Firma)		

Anexo 2 Formato de Pedimento

PEDIMENTO													<i>Página 1 de N</i>		
NUM. PEDIMENTO:				T. OPERCVE. REGIMEN:				PEDIMENTO:				CERTIFICACIONES			
DESTINO:			TIPO CAMBIO:			PESO BRUTO:			ADUAN						
MEDIOS DE TRANSPORTE ENTRADA/ ARRIBO: SALIDA:				VALOR DOLARES: VALOR ADUANA: PRECIO PAGADO:											
DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR															
RFC:				NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:											
CURP:															
DOMICILIO:															
VAL.SEG UROS			SEGUROS			FLETES			EMBALAJES			OTROS INCREMENTABLES			
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION:						CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO:									
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:															
FECHAS			TASAS A NIVEL PEDIMENTO												
			CONTRIB.			CVE. T. TASA			TASA						
CUADRO DE LIQUIDACION															
CO NC EPT O	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES									
						EFECTIVO									
						OTROS									
						TOTAL									
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR															
ID. FISCAL		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL				DOMICILIO:				VINCULACION					
NUM. FACTURA		FECHA		INCOTERM		MONEDA FACT		VAL.MON.FAC T		FACTOR MON.FACT		VAL.DOLARES			
TRNSP ORTE		IDENTIFICACION:						PAIS:							
NUMERO (GUIA/ORDEN EMBARQUE)/ID:															
NUMERO / TIPO DE CONTENEDOR:															
CLAVE / COMPL. IDENTIFICADOR															
CUENTAS ADUANERAS Y CUENTAS ADUANERAS DE GARANTIA															
TIPO CUENTA:		CLAVE GARANTIA:		INSTITUCION EMISORA				NUMERO DE CUENTA:							
FOLIO CONSTANCIA:				TOTAL DEPOSITO:				FECHA CONSTANCIA:							
OBSERVACIONES															
PARTIDAS															
SE C	FRACCION	SUBD.	VINC.	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P. V/C	P. O/D	CON.	TASA	T.T.	F.P.	IMP ORT E
	DESCRIPCION (REGLONES VARIABLES SEGUN SE REQUIERA)														
	VAL ADU/USD	IMP. PRECIO PAG.	PRECIO UNIT.	VAL. AGREG.											
	MARCA		MODELO			CODIGO PRODUCTO									

*****FIN DE PEDIMENTO *****NUM. TOTAL DE PARTIDAS: *****CLAVE PREVALIDADOR: *****

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACEN NOMBRE O RAZ. SOC: RFC: CURP: MANDATARIO/ PERSONA AUTORIZADA NOMBRE: RFC:	DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA: PATENTE O AUTORIZACION: FIRMA AUTOGRAFA
--	---

Anexo 3 **INCOTERMS**

Grupo E

EXW = Ex Works (lugar determinado) en este término el vendedor hace la mercancía disponible en sus instalaciones y ahí mismo las entrega. El costo del flete y todos los otros gastos que surjan corren cuenta del comprador desde las instalaciones del vendedor hasta el destino final.

Grupo F; La principal característica es que el Transporte principal no esta pagado:

FCA = Free Carrier Aquí el vendedor cede la mercancía, lista para ser exportada a la empresa transportista que el comprador haya determinado, en el lugar acordado. Este término es válido para todo tipo de transporte incluyendo transporte por aire, ferroviario, por carretera y en contenedores/transporte multimodal.

FAS = Free Alongside Ship en este INCOTERM el vendedor debe entregar la mercancía junto al barco en el puerto acordado. Sólo se aplica al transporte marítimo.

FOB = Free On Board; El vendedor debe cargar la mercancía en el barco determinado por el comprador; costes y riesgos se dividen en el rail del barco. El vendedor se ocupa de los trámites de exportación. Solo es aplicable para transporte marítimo.

Grupo C; En esta categoría el Transporte principal se esta pagado:

CFR = Cost and Freight : el vendedor se hace cargo de los costes de transporte para traer la mercancía al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo es transferido al comprador en el momento que la mercancía pasa el rail del barco. Solo es aplicable para transporte marítimo.

CIF = Cost, Insurance and Freight: exactamente el mismo que CFR excepto porque el vendedor ha de organizar y pagar el seguro al comprador. Solo es aplicable para transporte marítimo.

CPT = Carriage Paid To: es el equivalente de CFR pero en containers/multimodal. El vendedor paga por el transporte al punto de destino acordado, pero el riesgo se pasa cuando las mercancías se transfieren al primer transportista.

CIP = Carriage and Insurance Paid to : este termino es equivalente al CIF en containers/multimodal. El vendedor paga por el transporte y el seguro hasta el punto de destino, pero el riesgo se pasa cuando las mercancías son transferidas al primer transportista.

Grupo D

DAF = Delivered At Frontier: aquí la mercancía se entrega en frontera o "A mitad de Puente" (definiendo la frontera en cuestión).

DES = Delivered Ex Ship (puerto determinado): entrega sobre buque (indicando el puerto de destino convenido).

DEQ = Delivered Ex Quay (puerto determinado): entrega en muelle de destino con los derechos pagados (indicando puerto de destino).

DDU = Delivered Duty Unpaid (destino determinado sin gastos portuarios): El vendedor corre por los gastos de coste y flete hasta el destino final, excluyendo cargos portuarios en el lugar de destino. En algunas ocasiones incluye gastos de entrega final, como desde el puerto de destino a las instalaciones del comprador.

DDP = Delivered Duty Paid (destino determinado con gastos portuarios pagados): El vendedor corre por los gastos de coste y flete hasta el destino final, incluyendo cargos portuarios y de entrega en el lugar de destino.

GLOSARIO

- **ACE**

Acuerdo de complementación Económica.

- **AIRWAY BILL**

Guía Aérea.

- **ANTIESCORBÚTICO**

El la sustancia que previene o reduce el **escorbuto** que es una avitaminosis producida por el déficit de vitamina C.

- **ARANCEL**

Impuesto que deben pagar las mercancías para poder ser importadas exportadas (a) (desde), un país.

- **AUTORIDAD ADUANERA**

Responsable de la administración de sus leyes y reglamentos aduaneros.

- **BARRERAS COMERCIALES**

Son impuestos y otras restricciones al comercio exterior que impiden el libre flujo de mercancías entre los países. Toman la forma de Barreras Arancelarias cuando son impuestos o aranceles, y de Barreras No Arancelarias cuando son restricciones cuantitativas.

- **BARRERAS FITOSANITARIAS**

Son las establecidas a los productos agropecuarios prestando atención a que no estén afectados por plagas, enfermedades o residuos.

- **CE**

Comunidad Europea.

- **CEE**

Comunidad Económica Europea.

- **CERTIFICADO DE ORIGEN**

Documento mediante el cual una de las partes hace constar que el producto es originario de un territorio definido.

- **CERCOS VIVOS**

Son plantaciones que se establecen para dividir, linderos, proteger suelos, cultivos etc.

- **CLASIFICACIÓN ARANCELARIA**

Procedimiento consistente en determinar la ubicación de una mercancía dentro del Sistema Armonizado.

- **DESPACHO ADUANERO**

Acción mediante la cual, en la aduana, se efectúa la clasificación arancelaria de un producto, con lo cual se determinan los requisitos que debe cubrir para ingresar o bien salir del país.

- **EURATOM**

Comunidad Europea de la energía Atómica.

- **EXPORTACIÓN**

Operación comercial consistente en enviar fuera del país un producto.

- **FAO**

Food and Agriculture Organization (de las Naciones Unidas).

- **FMI**

Fondo Monetario Internacional.

- **FRACCIÓN ARANCELARIA**

Codificación para la clasificación aduanera de las mercancías.

- **GRAVAMEN**

Impuesto al comercio exterior, sinónimo de arancel.

- **HEMOSTÁTICO**

Que detiene el flujo de sangre o una hemorragia

- **INCOTERMS**

Los **Incoterms** (acrónimo del inglés **International Commercial terms**, "Términos Internacionales de Comercio") son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías

- **INEGI**

Instituto Nacional de Estadística e Informática

- **OCEDE**

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

- **OMA**

Organización Mundial de Aduanas.

- **OMC**

Organización Mundial de Comercio.

- **PARTIDA ARANCELARIA**

Codificación para la clasificación aduanera de las mercancías.

- **PIB**

Producto Interno Bruto.

- **PNB**

Producto Nacional Bruto.

- **SHCP**

Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

- **SISTEMA ARMONIZADO**

“Sistema Armonizado para la Codificación y Designación de Mercancías”. Este es un esquema, utilizado por la mayoría de los países en el mundo, que permite la identificación de los productos en su despacho aduanero. Además tiene propósitos poli funcionales ya que facilita el manejo de las estadísticas comerciales e industriales, y permite integrar productos homogéneos con lo que hace más ágiles las negociaciones internacionales. Se integra por capítulos (01 – 99), partidas, subpartidas de primer orden y subpartidas de segundo orden.

- **SME**

Sistema Monetario Europeo.

- **SUBPARTIDA ARANCELARIA**

Codificación para la clasificación aduanera de los productos.

- **TRATADO DE LIBRE COMERCIO**

Es un instrumento jurídico internacional por medio del cual dos o más países negocian la eliminación y /o reducción de los obstáculos o barreras al comercio recíproco de bienes, servicios y flujos de inversión, conservando cada uno de ellos la independencia de su política comercial frente a terceros países.

- **TLCUEM**

Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México.

- **UE**

Unión Europea.

BIBLIOGRAFÍA

- Fundamentos de Economía – J. Silvestre Méndez M. - Mc Graw Hill
- Historia de las doctrinas económicas - Eric Roll – FCE
- Guía Básica del Exportador - 8ª edición – BANCOMEXT
- Estudio de diseño y estructuración de un modelo de comercialización para la zarzamora en el estado de Michoacán y café en los estados de Michoacán y Guerrero. - Por la Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas Autónomas, A.C. – 1997.
 - Mercado Mundial de la Fresa y Zarzamora. – Manrubbio Muñoz Rodríguez, María del Rosario Juárez. - Universidad de Chapingo 1995.
 - Opción de exportación de Zarzamora (Blackberry) a la Unión Europea (Países Bajos). – Gretel Schmidt Núñez. – Universidad Latina de América 2003.
 - Agroindustrialización de la zarzamora en el estado de Michoacán para su exportación. – ININEE-PROCAL-COECYT. – Zoé Infante Jiménez.
 - Proyecto de Investigación de Comercio Internacional, Producto Zarzamora. – Fundación Produce Michoacán. – Emiliano Oliva.
 - Zarzamora Perfil Comercial. – Secretaria de Desarrollo Rural, Dirección de comercialización y planeación. Estado de Colima
 - Evaluación de actividad antioxidante de hojas y frutos de zarzamora de desecho de la región de Michoacán. – Centro de Investigación y Asistencia Tecnológica y diseño del estado de Jalisco, A.C. – Dra. María de Lourdes V. Díaz Jiménez.

Apuntes por el Profesor Víctor G. Riveroll Armenta.

- Competitividad, productividad y ventaja comparativa - El enfoque de negocios de Michael Porter y el de la economía nacional de Paul Krugman, una aplicación al caso de México.- Aria Delfina Ramírez y Robert Bruce Wallace.

Paginas de Internet y Sitios Web

- **Secretaría de Economía:**

<http://www.economia.gob.mx/>

www.economia-snci.gob.mx/

<http://www.secofi-sniim.gob.mx/nuevo/>

- *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.*

<http://www.sagarpa.gob.mx/Paginas/default.aspx>

<http://www.siap.sagarpa.gob.mx/index.php?idCat=159&idSegCat=1>

<http://www.siap.sagarpa.gob.mx/ventana.php?idLiga=1043&tipo=1>

<http://www.siea.sagarpa.gob.mx/>

<http://www.senasica.gob.mx/>

- **Secretaría de Hacienda y Crédito Público**

<http://www.shcp.gob.mx/Paginas/default.aspx>

- **Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación**

http://www.fao.org/index_ES.htm

<http://faostat.fao.org/default.aspx?lang=es>

- **Instituto Nacional de Estadística y Geografía**

<http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/metadatos/censos/pcn_10.asp?s=est&c=10202

<http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est&c=125>

<http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=geo>

- **Aduanas México**

http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2008/home.asp

- **ProMéxico**

www.promexico.gob.mx

- **Secretaría de Desarrollo Económico Michoacán**

<http://www.sedeco.michoacan.gob.mx/>

- **Cexporta Michoacán**

<http://www.cexporta.com/>

- **Bancomext**

<http://www.bancomext.com>

- **Banco de México**

www.banxico.org.mx

- **Banco Mundial**

<http://www.bancomundial.org/>

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTSPPAISES/LACINSPANISHEXT/MEXICOINSPANISHEXT/0,,menuPK:500926~pagePK:141159~piPK:51067387~theSitePK:500870,00.html>

- **Fondo Monetario Internacional**

<http://www.imf.org/EXTERNAL/SPANISH/INDEX.HTM>

- **International Trade Center**

<http://www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ir826.htm>

- **Portal de la Unión Europea**

http://europa.eu/index_es.htm

- **Dirección general de Sanidad y Protección a Consumidores UE
(etiquetado)**

http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index_es.htm

- **Mercados Mundiales de Frutas y Verduras Orgánicas Reino Unido**

<http://www.fao.org/docrep/004/Y1669s/y1669s0f.htm>

- **Paginas de Reino Unido**

http://www.economywatch.com/world_economy/united-kingdom/export-import.html

<http://www.statistics.gov.uk/hub/index.html>

- **Otras**

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/1a.htm>