

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### **“EXPORTACION DE MORA AZUL”**

**Autor: Lizeth Corona Villa**

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

Nombre del asesor:  
**Lic. Alejandro Chiquito Ruiz**

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

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

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





## **ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**“EXPORTACION DE MORA AZUL”**

# **TESINA**

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

**Presenta:**

**Lizeth Corona Villa**

**Asesor:**

**Lic. Alejandro Chiquito Ruiz**

**No. De acuerdo LCI 100843    CLAVE 16PSU0011**

## Contenido

Introducción.....	4
Objetivos .....	5
Generales .....	5
Específicos.....	5
Justificación.....	5
Capítulo 1. La empresa y el personal clave .....	6
1.1 Ubicación .....	6
1.2 Antecedentes de la empresa.....	7
1.3 Misión, visión, objetivos y metas .....	7
1.3.1 Misión.....	7
1.3.2 Visión .....	7
1.3.3 Objetivos .....	7
1.3.4 Metas.....	8
1.4 Cadena de valor: procesos medulares.....	8
1.5 Organización actual.....	9
1.6 Análisis FODA.....	10
Capítulo 2: Producto.....	12
2.1 Descripción de producto .....	12
2.2 Panorama del producto.....	12
2.3 Proceso productivo .....	15
2.4 Envase .....	19
2.5 Volumen de producción .....	20
2.6 Costo de fabricación .....	20
2.7 Fracción arancelaria.....	21
2.8 Competidores directos o indirectos .....	22
2.9 Normas y controles de calidad .....	24
2.10 Producto en México .....	26
Capítulo 3. Análisis de mercado meta.....	28
3.1 Análisis de mercados potenciales .....	28
3.2 Características Generales.....	30
3.3 Segmentación y distribución en el mercado meta.....	37

3.4 Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales Entre México .....	37
3.5 Panorama comercial mundial del arándano .....	38
3.6 Restricciones arancelarias y no arancelarias de Japón .....	41
3.7 Estadísticas.....	44
Capítulo 4. Análisis de mercado meta.....	49
4.1 Objetivo en el país meta/destino .....	49
Objetivos a corto plazo.....	49
Objetivos a mediano plazo .....	49
Objetivo a largo plazo.....	49
4.2 Mezcla de mercadotecnia .....	49
Aplicación a la tesina .....	50
4.3 Estrategia de entradas .....	51
Aplicación a la tesina .....	53
4.4 Logística.....	53
Aplicación a la tesina .....	54
4.5 Contenedor .....	55
4.6 Costos.....	58
4.7 Incoterms .....	58
4.8 Contratos .....	60
Capítulo 5. Proyecciones Financieras .....	65
5.1 Estados financieros ¿qué son y para qué sirven?.....	65
5.2 Escenario pesimista del primer y segundo año.....	65
5.3 Escenario normal del primer y segundo año.....	67
5.4 Escenario optimista del primer y segundo año .....	69
Capítulo 6. Entrevista .....	72
6.1 Introducción .....	72
6.2 Preguntas.....	73
6.3 Conclusión .....	76
Conclusión general.....	77
Anexos .....	78
Bibliografía .....	80

## Introducción

La globalización ha generado una dependencia cada vez mayor entre los países, dando lugar a grandes negociaciones que afectan directamente las posibilidades de desarrollo y crecimiento de las naciones además de que gracias al desarrollo de la tecnología cada vez los procesos son más rápidos y eficientes.

Actualmente los arándanos o mora azul o *berries*, han cautivado a muchos consumidores alrededor del mundo por sus propiedades naturales o porque son considerados exóticos, además de que la tendencia por el consumo de productos orgánicos, libres de químicos, ricos en antioxidantes y sanos para el cuerpo, hacen de los arándanos la fruta ideal. Las principales virtudes que tiene son sus propiedades antiinflamatorias, anticoagulantes, problemas de corazón y mejora la visión.

Eso es conforme a la rama de la salud, otra rama es la de la belleza ya que en sus componentes está el colágeno, por lo tanto, lo hace una fruta ideal para para el cuidado de la belleza.

También, hay estudios que comprueban que mejora la capacidad mental y a preservar las neuronas que previenen enfermedades como el alzhéimer, problemas de pérdida de memoria o de poca concentración mental.

Estas propiedades tan especiales incentivaron el consumo en Estados Unidos, Europa y Asia; pues estos mercados demandan productos cada vez más orgánicos que mejoren la calidad de vida de sus poblaciones. Así, el principal consumidor en el mundo de las *berries* es Estados Unidos.

Por ello el propósito de esta tesina es aprovechar la producción y la demanda internacional de los arándanos, al igual que tener la oportunidad de encontrar nuevos mercados.

# Objetivos

## Generales

Mi objetivo general es poder realizar la exportación de la mora azul hacia el mejor mercado para este producto.

## Específicos

- Definir los envases ya que deben de ser especiales por el peso que debe traer cada uno.
- Definir el proceso logístico desde que está en el huerto hasta el cliente final.
- Definir el mercado y si es viable.
- Determinar la rentabilidad de llevar a cabo el proyecto.

# Justificación

El comercio internacional es un tema que me apasiona porque puedo conocer el mundo y puedo crecer tanto profesional como personal.

Una de las razones por las que quise estudiar esta carrera es porque puedo hacer conexiones con personas de diferentes culturas ya que gracias a la globalización y al avance tecnológico podemos tener más oportunidades para hacer negocios y tener un enriquecimiento cultural. Además, el comercio internacional tiene muchos beneficios como generar economías de escala, diversificación de riesgo con empresas extranjeras, genera alianzas estratégicas con países, incremento de ventas, aprovechar ventajas comparativas, buscar mayor rentabilidad y sobre todo ganar reconocimiento a nivel internacional. Al igual que se quiere dar a conocer sobre la rentabilidad de las negociaciones a través de las exportaciones con otros países.

Un punto importante es que las moras azules van en ascenso en el mercado mundial, además de que es recomendado para la dieta de todas las personas por ser rico en nutrientes y propiedades, lo hacen una fruta especial y cotizada en el mercado, además de que la clave para poder hacer esta exportación es que tengo el producto al alcance de mis manos, lo cual lo hace más sencillo para la búsqueda de información para este proyecto.

# Capítulo 1. La empresa y el personal clave

## 1.1 Ubicación

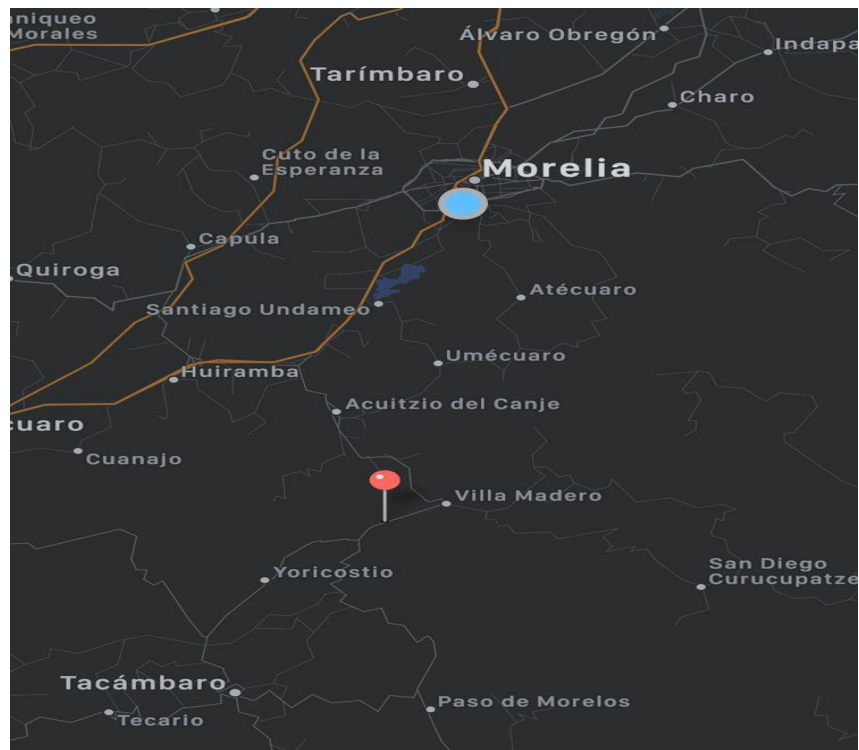
La ubicación del terreno es en Villa Madero, Mich.

*Figura 1 Ubicación en mapas*



Fuente: elaboración propia

*Figura 2 Ubicación en mapas*



## 1.2 Antecedentes de la empresa

La idea de realizar una exportación surge del boom de esta fruta a nivel mundial y sobre todo de la demanda de este, ya que muchas empresas que están tratando directamente con los consumidores, han demandado las moras azules como ninguna otra.

La organización de esta idea es familiar, donde mi familia y yo administramos este proceso, ya que se planea llevarlo a la realidad, no solamente se quedará en lo teórico porque he visto el auge de esta fruta en el mercado mundial.

## 1.3 Misión, visión, objetivos y metas

### 1.3.1 Misión

La misión es la expresión del carácter, identidad y razón de existir de una organización. Esto puede dividirse en cuatro partes interrelacionadas: propósito (u objetivo máximo), estrategia, patrones de comportamiento y valores. El propósito nos lleva a conocer el porqué de la existencia de una organización: para qué se está llevando a cabo todo ese esfuerzo. (Rivera, s.f)

La misión en mi tesina es buscar la excelencia en la calidad del producto y poder satisfacer las necesidades de nuestro mercado, así como ser responsables socialmente con el medio ambiente, utilización de tecnología de punta y buenas prácticas agrícolas

### 1.3.2 Visión

La palabra visión significa algo en lenguaje empresarial, esa cita engloba sus rasgos distintivos, así como su absoluta vaguedad. Una visión y una misión pueden ser la misma cosa. Un futuro posible y deseable para la empresa puede incluir todos los elementos de la misión -propósito, estrategia, patrones de comportamiento y valores-. (Rivera, s.f)

La visión de este proyecto es consolidarse como una de las mejores y más reconocidas empresas a nivel regional en el país destino y en el propio en la calidad del producto y darle confianza al cliente de que está consumiendo lo mejor.

### 1.3.3 Objetivos

Un objetivo de investigación es el fin o meta que se pretende alcanzar en un proyecto, estudio o trabajo de investigación. También indica el propósito por el que se realiza una investigación.

Este tipo de objetivos se centran en un área del conocimiento específica y van enfocados a ampliar de alguna forma el conocimiento sobre una materia. (Anónimo, Significado de Objetivo de investigación, s.f.)



Mi objetivo es poder establecerme en el mercado internacional, además de hacer mis envases y residuos amigables y responsables con el medio ambiente.

1.3.4 Metas

Las metas deben estar redactadas de manera simple y clara, para permitir una adecuada personalización ya que se leerá dentro de un listado, entre muchas otras metas.

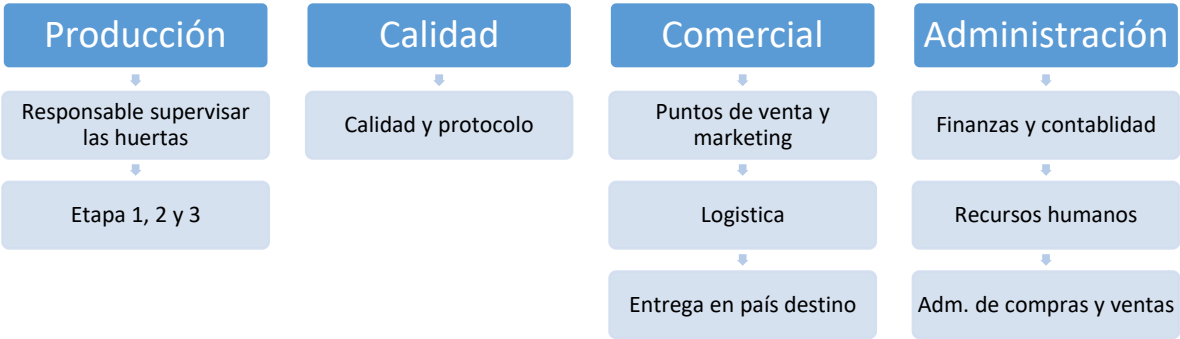
Las metas deben expresar un punto concreto a alcanzar, no un deseo. (SIGOB, s.f.)

Mi meta es recuperar la inversión que se le hará al proyecto a mediano plazo y llevar a cabo con éxito la exportación.

1.4 Cadena de valor: procesos medulares

Cadena de valor

Figura 3 Cadena de valor



Fuente: elaboración propia

La cadena de valor va desde el proceso productivo hasta la comercialización ya en el país destino. Cada eslabón es muy importante ya que si uno faltara no se podría llevar a cabo el proyecto.

El primer eslabón es producción, el cual se desglosa en la huerta y todo aquello que tenga que ver como las plagas, fumigantes, sistema de riego, maduración de la fruta, etc. y también se encarga del proceso productivo que consta de tres etapas, estas etapas se detallaran en el apartado 2.3 que es el de proceso productivo, que se encuentra en el capítulo 2.

El segundo eslabón es la calidad, esta área se encarga de que nuestro producto pase por todas las normas y certificados de calidad que tenga la fruta en México y en el país destino, así como los protocolos que son necesarios implementar en las huertas y en personal.

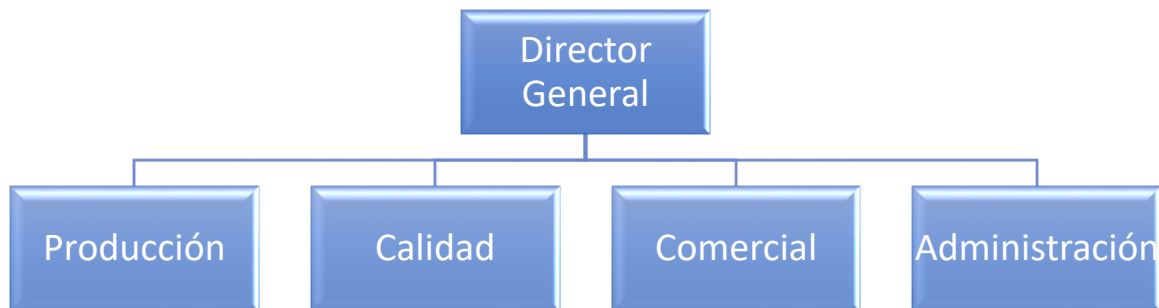
El tercer eslabón es el área comercial, esta se encarga de los puntos de venta y marketing en el país destino, así como la logística que implica esta exportación y por último la entrega en el país destino.

Y, por último, el área de administración, esta se encarga de las finanzas, la contabilidad, recursos humanos, venta y compras.

### 1.5 Organización actual

#### Organización empresarial

*Figura 4 Organización empresarial*



*Fuente: elaboración propia*

La organización se conforma de cuatro áreas con un director general a la cabeza, que juntos llevarán a cabo el proyecto.

En el área de producción se llevará a cabo la transformación de la tierra, en esta área se ve la planta y debe tener el producto listo para la siguiente área que es la de calidad. El encargado del área de calidad debe estar actualizado en las normas y protocolos que debe seguir la fruta para México y el país destino.

El área comercial debe llevar el producto en perfectas condiciones y tiempos óptimos para que la siguiente área que es la de ventas no se atrase en los tiempos de entrega, por ello en esta área se ve la logística y la entrega en el país destino, así como ventas y marketing ya que también se encargará de promover y promocionar el producto en el país destino, asegurándose de su consumo y la satisfacción del cliente. Y por último el área de administración, que va enfocada en las finanzas y contabilidad, pues se encargará de llevar el papeleo de la operación al igual que tendrá la responsabilidad de llevar los costos y temas financieros que puedan surgir. En esta área también será la responsable de recursos humanos, compras y ventas.

El director general será el encargado de supervisar estas áreas para llevar un control, que sean eficientes y eficaz, también debe tener la capacidad de resolver los problemas del futuro de manera consciente y genuina.

## 1.6 Análisis FODA

### Análisis FODA

*Figura 5 FODA*



*Fuente: elaboración propia*

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y

amenazas) en la empresa. Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente.

La diversidad de personas y distintas perspectivas es lo más recomendable para realizar un buen análisis, todos los departamentos de una organización deberían participar e inclusive los clientes para que vacíen sus buenos resultados estratégicos.

Usualmente, es usado en una plantilla de análisis FODA con 4 cuadros, lo primordial es que se haga sencillo y práctico para poder entender los resultados. (Leiva, 2017)

Este análisis está enfocado en el proyecto donde podemos encontrar que las fortalezas y las amenazas son más que las oportunidades y debilidades. Esto se debe al entorno en que está el negocio y hacia donde queremos llegar, ya que al mercado al que queremos llegar es complejo sin embargo nuestra ventaja está en la calidad de nuestro producto.

## Capítulo 2: Producto

### 2.1 Descripción de producto

El arándano es un fruto que crece silvestre en zonas frescas. Es una baya globosa de color negro azulado que mide unos 6mm de diámetro. Su pulpa es aromática, jugosa y de sabor algo ácido. Contiene numerosas semillas pardas de pequeño tamaño. En la parte superior tiene una pequeña corona que lo distingue de la grosella negra. (Anónimo, Arándano, *vaccinium myrtillus* )

*Vaccinium* es un género de arbustos que incluye a todas las especies llamadas arándanos. Este género contiene alrededor de 450 especies incluyendo la especie *Corymbosum* la cual es conocida comercialmente como el arándano azul, *Mirtilos* o “*Blueberry*”.

Los arándanos pueden cultivarse o ser recogidos de arbustos silvestres; en la producción comercial de arándanos a las especies más pequeñas se les conoce como “*Lowbush o wild/salvaje*” y las más grande como “*Highbush*”.

Los arándanos son nativos de Norteamérica donde crecen a lo largo de los bosques y regiones montañosas de los E.E.U.U y Canadá. Aunque el hábitat de esta especie es principalmente las regiones frías del hemisferio norte, actualmente muchas de estas especies también son cultivadas en el hemisferio sur como Australia, Nueva Zelanda y en algunos países de América del Sur principalmente Chile, Argentina.

*Figura 6 Planta de arándano*



*Fuente: (Anónimo, Arándano, *vaccinium myrtillus* )*

### 2.2 Panorama del producto

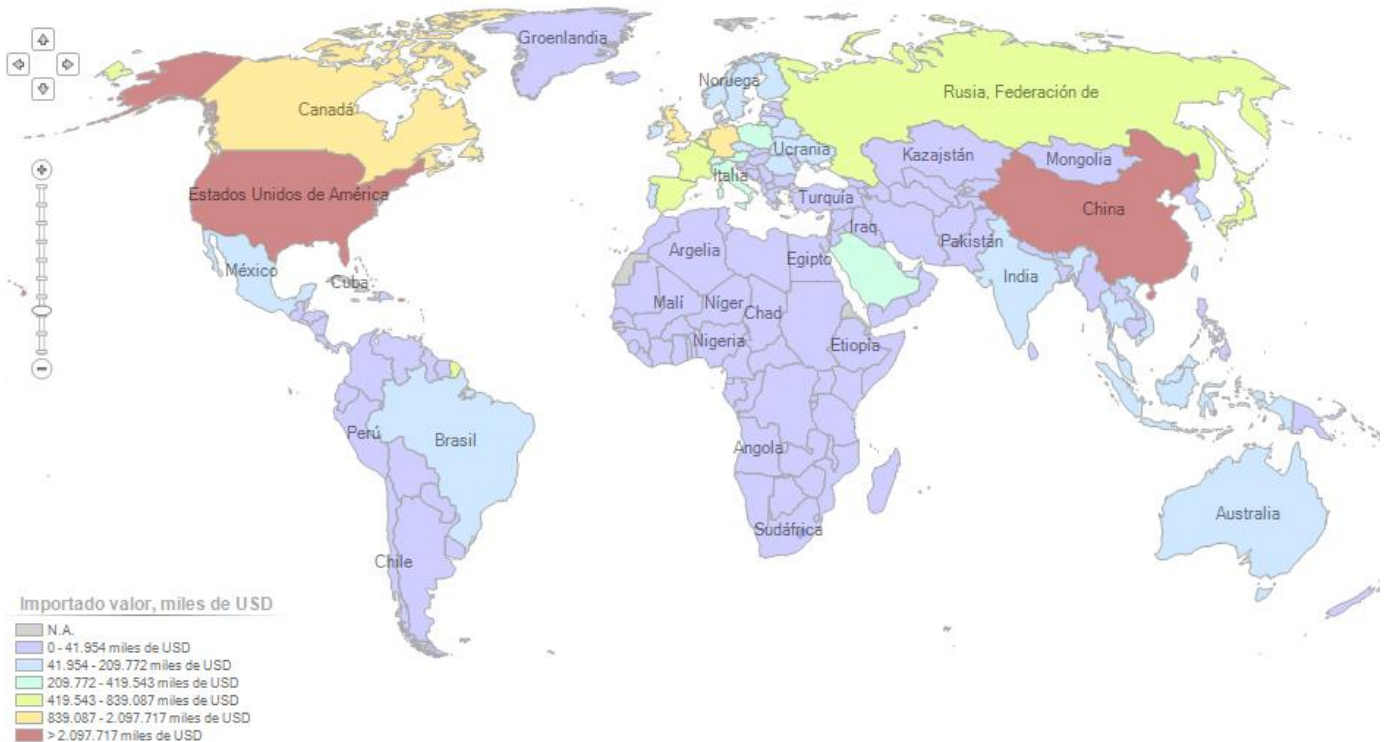
La producción y consumo de arándano en México se remonta a 1996, y su crecimiento en la última década se estima en un 800% debido a la demanda mundial del producto. (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2018)

El arándano es uno de los frutales de más reciente domesticación, su cultivo ha traspasado las fronteras de su lugar de origen: el norte de Europa, Asia y América, cultivándose, en este último continente, desde Canadá hasta Chile.

En México, Jalisco es la entidad especializada en producción de arándanos azules, pues además de que goza de las condiciones edafológicas y climáticas, también cuenta con toda la tecnología y recursos humanos de calidad para producirlos, pues las berries, en general, requieren de un tratamiento profesional y especializado para su comercialización.

Estados Unidos es el principal consumidor de arándanos y nuestra cercanía con ese país ha favorecido el rápido crecimiento en la producción de esta frutilla, así como el desarrollo de la industria, por ello, mucho se está haciendo por parte de autoridades del sector y los productores, para que se diversifiquen los mercados, y se consoliden en los que ya hemos incursionado exitosamente como es el caso de los países asiáticos.

Figura 7 Consumo mundial del arándano



Fuente: (Trade Map)

Como podemos observar en la estadística que Estados Unidos es líder en el consumo mundial junto con China, en el segundo lugar esta Canadá y en tercero tenemos a Rusia.

Un aspecto a destacar en la producción de arándano es la creación de empleos durante la época de recolección, lo que representa una importante derrama económica en favor de los productores agrícolas y de los sectores comerciales y de servicios de la región.

Pese a la pandemia, la industria mexicana de berries mantiene su crecimiento en 2020 y 2021 ya que se crearon nuevas estrategias para impulsar las exportaciones. De acuerdo con expertos, los berries se ubican como uno de los productos más exportados de México en medio de la pandemia.

Según datos del Ministerio de Agricultura de México las exportaciones de berries sumaron 99,142 toneladas de enero a mayo de 2021. Especialistas del sector indicaron que este año las exportaciones aumentarán su crecimiento.

La Secretaría de Desarrollo Rural y Agroalimentario (Sedrua) reveló que la industria de berries genera más de 420 mil empleos directos, sin contar los jornales; además de que ingresan por la comercialización de las frutillas más de 2 mil 300 millones de dólares, en toda la república.

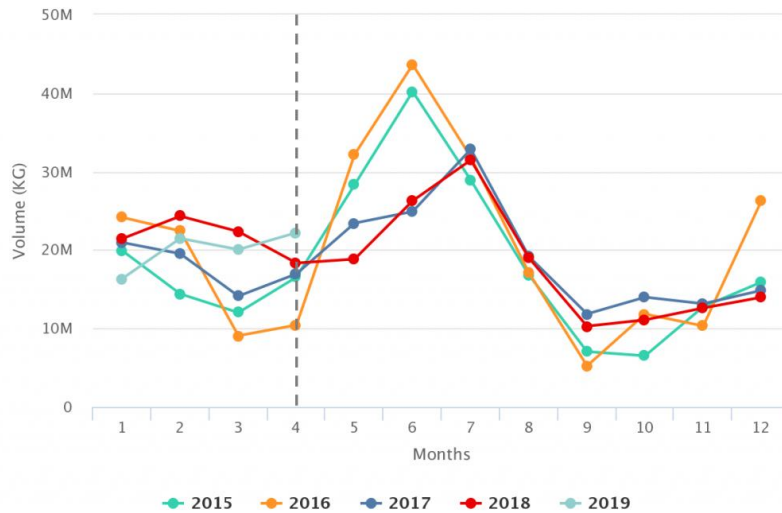
Actualmente en México tenemos 52 mil hectáreas, y los principales estados productores son Jalisco, Michoacán y Baja California. Donde Michoacán sigue siendo el líder indiscutible en la producción de berries, es líder mundial en la producción de zarzamora, con el 94 % de la cosecha a nivel nacional de la frutilla; además del primer lugar en producción de fresa a nivel nacional, al aportar más del 70%.

En 2020 el país produjo 1.300 toneladas de berries de las cuales 441 fueron para exportación, de tal modo que el 60 % de lo que se genera en el país se destina al mercado procesado o al nacional.

Los principales países compradores de frutilla mexicana son Estados Unidos y Canadá. También es vendida a destinos como Brasil, Arabia Saudita y Reino Unido, Hong Kong, Belice, Países Bajos, Rusia, Qatar, Irlanda, Kuwait, Japón, Puerto Rico, República Dominicana, Australia y Trinidad y Tobago, entre otros. (Portal Fruticola, 2021)

A continuación, veremos un gráfico que muestra el volumen mensual de arándanos que se exportan de México hacia Estados Unidos

Figura 8 Volumen de exportación mensual de México hacia Estados Unidos de arándanos



Fuente: (Arándanos en Gráficos: México con los envíos más altos de su historia a EE.UU., 2019)

El mercado de arándanos de Estados Unidos ha crecido con los grandes volúmenes que llegan cada año, proveniente de nuevos mercados que se van sumando a la exportación de los arándanos. Uno de los mercados que más ha crecido en los últimos años, ha sido el de México.

Con relación a los valores, como se puede observar en el gráfico debajo, en la semana 17 el promedio de precios por kilogramo para los arándanos fue de USD 7.9, el más bajo en 5 años para igual fecha, y USD 0.2 más bajo, en promedio, que igual fecha de 2018.

### 2.3 Proceso productivo

El Proceso Productivo del Arándano presenta tres etapas:

#### Etapa 1:

Instalación del cultivo: se realiza al inicio del año 1 y consiste en la preparación integral del terreno para la siembra.

Proceso de instalación de cultivo:

##### 1) Preparación del Terreno:

- Subsulado y Nivelación del terreno
- Instalación Sistema de Riego
- Tratamiento de la tierra
- Formación de Camellones
- Instalación de Manta cubre suelo



## 2) Siembra:

- Hoyado
- Fertilización de fondo
- Trasplante

## 3) Mantenimiento del cultivo

- Podas
- Deshierbos

*Figura 9 Plantío de arándano*



*Fuente: elaboración propia*

## **Etapa 2:**

### Mantenimiento del cultivo

**Propagación:** La propagación se puede conseguir por medio de vástagos y estacas o renuevos de las raíces. Además de la propagación *in vitro* a través del cultivo de tejidos.

**Siembra y/o trasplante:** La siembra se realiza sobre camellones, con el terreno previamente preparado. La distancia de siembra es variable, pero las más usuales son de 1.5 a 4.5 metros entre filas y de 1.0 a 3 metros entre plantas. La densidad empleada generalmente es de 2500 a 3500 plantas por hectárea

Para el caso de este proyecto se asumirá un distanciamiento entre plantas de 1mt y entre filas de 2mt y serán 3375 plantas/Ha.

Este proyecto se iniciará en octubre del 2022 por razones del clima y la tierra, la experiencia y la practica indican que puede haber un resultado óptimo y productivo, siguiendo esta técnica y este proceso, podemos deducir que es una buena inversión a largo plazo.

Fertilización: El arándano es un cultivo que exige grandes cantidades de nutrientes. Este cultivo presenta requerimientos nutricionales de 250 kg/ Ha/año de nitratos, 150 kg/Ha/año de fosfatos, y 140 kg/Ha/año de sales de potasio, para desarrollarse adecuadamente.

Podas: Durante la primera fase vegetativa, la poda ha de conservar de 5 a 6 hijuelos que se emplearan para formar la horquilla. Si aparecen flores en el ápice deberán podarse. En la segunda fase vegetativa, se eliminarán las ramas muertas, las dirigidas hacia el centro. En fases sucesivas, las ramificaciones explotadas y las yemas de madera se eliminan.

Cosecha: Para la cosecha del arándano se necesita una considerable cantidad de mano de obra especializada. La cosecha se realiza selectivamente sobre la base del tamaño e índice de madurez de la fruta. El indicador de este índice es el color y dado que la maduración no se presenta homogéneamente se deben hacer hasta 8 recolecciones en cada planta. La fruta en estado maduro presenta una serosidad (pruina) que no debería ser removida, lo que implica cierto cuidado en la recolección.

*Figura 10 Arándano en crecimiento*



*Fuente: elaboración propia*

### **Etapa 3:**

#### Proceso de preparación para la comercialización

Luego de la cosecha, el producto es llevado a la planta de empaque donde se prepara para la comercialización siguiendo lo siguiente:

- 1) Empaque
  - Recepción
  - Calibración
  - Pesaje
  - Embalaje
- 2) Refrigeración
  - Enfriado
  - Mantenimiento en la cámara de frío

Recepción y Saneamiento de la Fruta: Dentro de la recepción y el saneamiento se encuentra la limpieza, cuya función es eliminar del producto todo tipo de material extraño que desmejore la presentación, la calidad o altere el peso y el volumen real del arándano. Se requiere de un lugar dentro de la edificación con buenas características higiénicas y equipos, así como en las dotaciones físicas del personal; el agua debe ser de muy buena calidad y los sistemas de eliminación de desechos, deben ser eficientes.

Calibración: Aquí es la selección de la fruta, este se trata de revisar y complementar en la empacadora la selección de la fruta que se inició en el campo, para ajustarla a los requisitos mínimos de sanidad y calidad exigidos por los compradores y consumidores finales y separar aquellas que van para el mercado de fruta fresca de las que van para la agroindustria.

Clasificación: Las frutas suelen clasificarse por tamaño y color, con el fin de darle uniformidad al producto y a la vez, cumplir con los requerimientos del comprador. Para el caso del arándano, el tamaño de las bayas, el color y la sanidad, son los factores que más se tienen en cuenta al momento de evaluar la calidad de la fruta. Para el grado de madurez la fruta se selecciona con base en el color externo y la consistencia de la misma, labor que se realiza normalmente en forma manual y visual, sin la ayuda de equipos.

Pesaje: Una vez que la fruta se ha seleccionado y clasificado se coloca dentro de una bandeja que contiene 4.4 onzas (125 gr), luego la medida se deposita dentro de un empaque máster de 1.5 Kg. Esto puede variar según el tipo de empaque.

Enfriado: Se denomina así a la remoción del calor de campo de los productos recién cosechados, al almacenamiento o procesamiento. El arándano es llevado a las

cámaras de enfriamiento que operan con aire forzado a temperaturas que oscilan entre los -5° C y -7° C. Este golpe de frío permite disminuir la temperatura de la fruta hasta un nivel cercano a los 0°C, lo que facilita su ingreso posterior a la cámara de almacenamiento refrigerado, entre 0°C y 2°C, y a una humedad relativa de entre 85 - 95%. El tratamiento de frío consiste en someter la fruta a temperaturas frías sostenidas por un periodo de tiempo, el cual ha sido demostrado científicamente que elimina los estados inmaduros de la plaga.

(Gutiérrez & Sánchez, 2014)

## 2.4 Envase

Envase primario: *chamshell* de 4.4 onzas

Envase secundario: Cajas de cartón corrugado conteniendo 12 cajas *clamshell*, 1.5 Kg de producto.

El rotulado del producto es a través de etiquetas en donde se detalla la fecha de producción, fecha de vencimiento, número de lote de producción, peso neto y condiciones de almacenaje.

Las etiquetas contendrán la siguiente información:

- Nombre del producto.
- Peso neto.
- Nombre y dirección del envasador o distribuidor.
- Origen del producto
- Declaración de ingredientes

Almacenaje:

El almacenaje debe realizarse en ambientes controlados de temperatura y humedad relativa, en cadena de frío, entre 0 a 2°C y una humedad relativa de 85 a 95%.

Vida útil: Pueden estar refrigerados entre 2 a 3 semanas.

Figura 11 Envase clamshell de 4.4 onzas



Fuente: elaboración propia

## 2.5 Volumen de producción

Se plantea exportar toda la cosecha que, de la huerta, sin embargo, no se sabe exactamente el volumen por cuestiones que no son controlables como el clima, puede variar el volumen.

El número se sabrá cuando se esté finalizando la etapa 2 del proceso productivo, que es cuando se lleva al empaque.

Sin embargo, se estima que sean 8 toneladas por ser el primer año de la planta y del segundo año se estiman 14 toneladas que es cuando la planta alcanza su punto máximo de maduración.

## 2.6 Costo de fabricación

El presupuesto para una hectárea de arándano es de un millón doscientos mil pesos aproximadamente y se desglosa de la siguiente manera:

- Renta de la tierra \$15,000.00
- Surcar tierra 10,000
- Aportación de composta 80,000.00
- Sistema de riego 80,000.00
- Acolchado 10,000.00
- Mano de obra acolchado y sistema de riego 2,800.00

- Compra de planta 400,000.00
- Siembra 30,000.00
- Riego 24,000.00
- Fertilizante 30,000.00
- Poda 5,000.00
- Jornales de planta 57,800.00
- Cosecha 250,000.00

El total es de \$994,600

Si una hectárea rinde 8 toneladas, pagado a 100 pesos el kilo, la ganancia bruta es de \$800,000 pesos mexicanos.

En el segundo año el arándano da 14 toneladas la huerta

Se estima que la inversión sea recuperada en 3 años bajo escenario pesimista, con el mejor escenario 2 años.

## 2.7 Fracción arancelaria

La fracción arancelaria es la forma universal de identificar el producto, con ella se identifica el arancel que debe pagar su producto al ingresar al extranjero, así como para conocer las regulaciones no arancelarias que impone México y el país importador al producto. (Anónimo, Defina la fracción arancelaria de su producto, s.f.)

Figura 12 Clasificación arancelaria

<b>Sección:</b>	<b>II</b>	<b>Productos del reino vegetal</b>
<b>Capítulo:</b>	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
<b>Partida:</b>	0810	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
<b>SubPartida:</b>	081040	Arándanos rojos, <i>mirtilos</i> y demás frutos del género <i>Vaccinium</i> .
<b>Fracción:</b>	08104001	Arándanos rojos, <i>mirtilos</i> y demás frutos del género <i>Vaccinium</i> .

Fuente: (Siicex-caaarem)

La sección II habla sobre los productos del reino vegetal. En cuanto el capítulo 08 habla sobre frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios que son los cítricos, melones o sandías donde se desglosa la fracción 08104001 que abarca todos los frutos del género *Vaccinium*.



## 2.8 Competidores directos o indirectos

### Competidor directo:

Los competidores directos son aquellos que tiene como objetivo buscar mercados internacionales y ofrecerles el mismo producto que el mío. Con esto en mente, los principales competidores son todos aquellos empaques que están en el estado de Jalisco, ya que esta entidad está especializada en producción de arándanos azules. Otro competidor directo son los empaques que se encuentran en Michoacán como lo es la Bonita Berry o Driscoll's.

Competidores a nivel nacional podemos encontrar a empresas, sociedades conformadas por grandes empresarios como lo es Agrana Fruit México de S.A de C.V, Agro-Nacer, Alpasa Farms S. de R.L. de C.V., Berries Paradise S.A promotora de inversión de C.V, Del Campo y Asociados S.A de C.V, Frunatural S. de R.L de C.V, y así muchas empresas 100% mexicanas que se dedican a la producción y comercialización de frutas frescas. (Aneberries asociados , 2016)

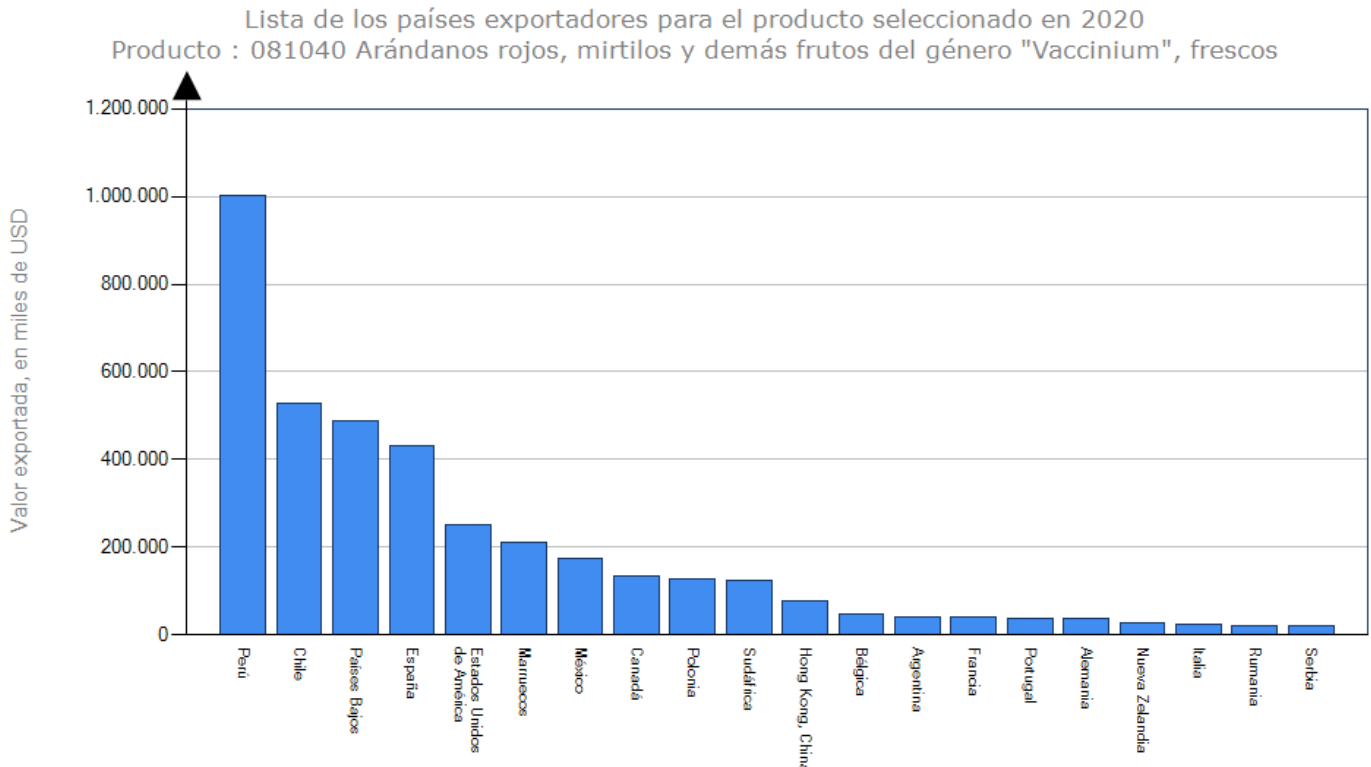
Estas son empresas grandes que buscan acaparar el mercado internacional, las cuales representan una amenaza directa para los pequeños productores de arándano.

### Competidores indirectos:

Mis competidores indirectos son aquellos países que son líderes en la exportación e importaciones.

El siguiente grafico se muestran los países líderes en la explotación de los arándanos

Figura 13 Exportaciones de arándano 2020



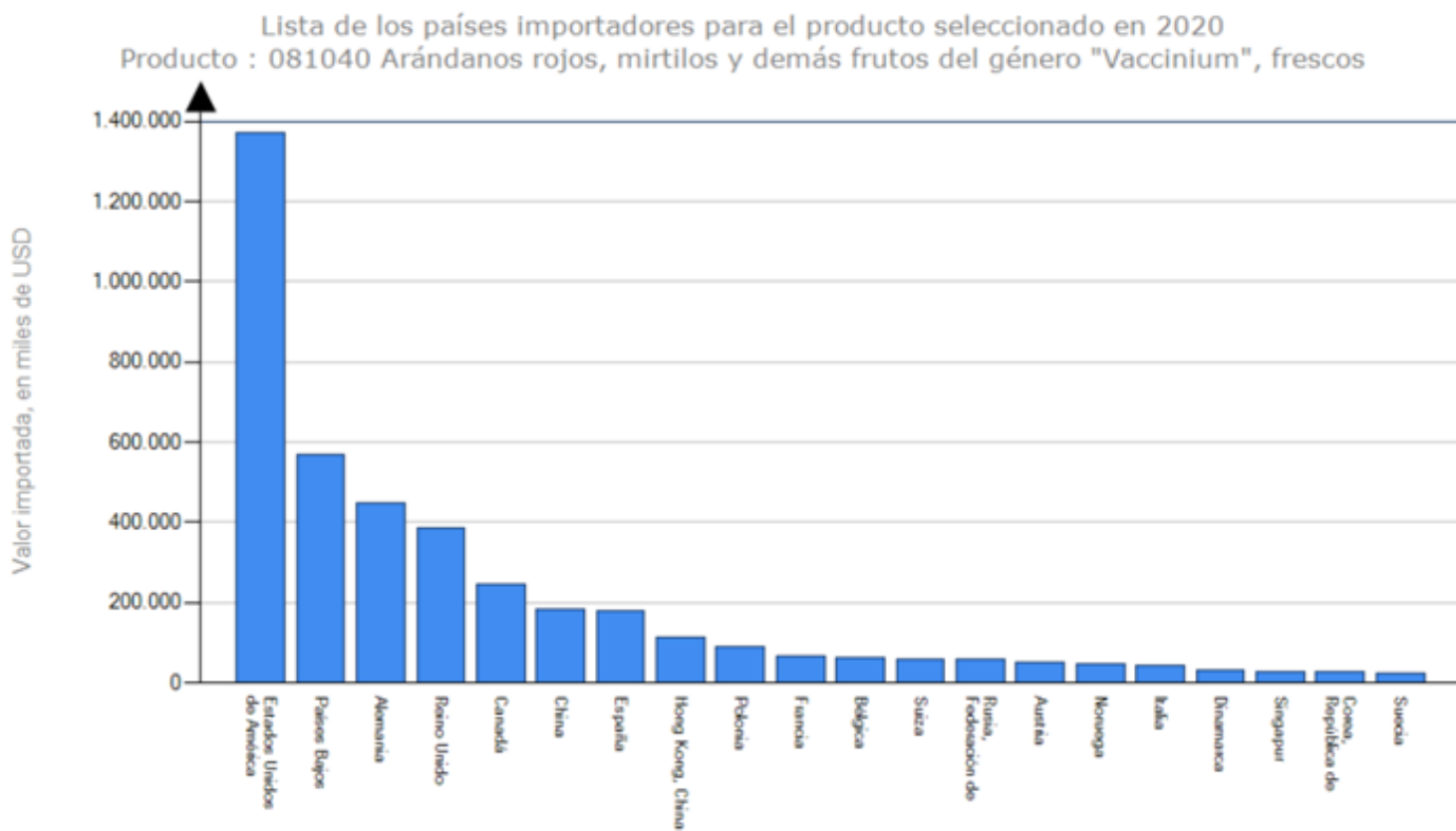
Fuente (Trade Map 2020)

Analizamos que los países con mayor exportación de las moras azules son Perú con 3.922.538 USD, Chile con 526.875 USD, Países bajos con 487.462 USD, España con 423.310 USD, Estados Unidos con 250.062 USD, Marruecos con 211.045 USD, México con 173.605 USD, Canadá con 134.496 USD, Polonia con 126.456 USD, Sudáfrica con 125.144 y por ultimo tenemos a Hong Kong con 77.258 USD. Estos datos son del 2020.

En el siguiente grafico se muestra los países líderes en las importaciones de los arándanos.



Figura 14 Importaciones de arándano 2020



Fuente: (Trade Map 2020)

En cuanto a las importaciones en el primer lugar tenemos a Estados Unidos con 1.371.232 USD, después a Países Bajos con 568.325 USD, Alemania con 450.173 USD, Reino Unido con 384.431 USD, Canadá con 245.508 USD, China con 184.212 USD, España con 179.647 USD, Hong Kong con 112.2002 USD, Polonia 91.709 USD, Francia con 67.847 USD, Bélgica con 64.782 USD y por último a Suiza con 60.048 USD. Estos datos son del año del 2020.

## 2.9 Normas y controles de calidad

En México podemos encontrar las siguientes normas:

- **NOM-EM-034-FITO-2000**  
norma oficial mexicana (con carácter de emergencia), requisitos y especificaciones para la aplicación y certificación de buenas prácticas agrícolas en los procesos de producción de frutas y hortalizas frescas.  
(DOFF, 2000)

- CAC/RCP 53-2003 Código de prácticas de higiene para las frutas y hortalizas frescas del codex.  
Este código aborda las buenas prácticas agrícolas (BPA) y las buenas prácticas de fabricación (BPF) que ayudarán a controlar los peligros microbianos, químicos y físicos asociados con todas las etapas de la producción de frutas y hortalizas frescas, desde la producción primaria hasta el envasado.  
(Organización Mundial de la Salud, 2007)

En cuanto a las normas en Japón, tenemos 5, el órgano que las regula es el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias forestales, en inglés es *The Japanese Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan (MAFF)* y son las siguientes: (Linguee)

1. Restricción o prohibición del uso de determinadas sustancias contenidas en alimentos y piensos. Incluye las restricciones sobre las sustancias contenidas en los contenedores de alimentos que podrían migrar a los alimentos.
2. Declaración de los microorganismos de que se trate y/o sus toxinas/metabolitos y motivo de dicha preocupación, métodos analíticos para su detección y/o cuantificación en el producto final: Los límites microbiológicos deben tener en cuenta el riesgo asociado a los microorganismos y las condiciones en las que se espera que se manipule y consuma el producto.
3. Los límites microbiológicos también deben tener en cuenta la probabilidad de una distribución desigual de microorganismos en el producto y la variabilidad inherente del procedimiento analítico.
4. Requisitos de que los establecimientos y los equipos utilizados durante todas las fases de fabricación/transformación de los productos deben estar limpios y cumplir las condiciones sanitarias. Esta medida también incluye buenas prácticas higiénicas para el personal que participa en cualquier fase de la fabricación.
5. Medida que establece un límite máximo de residuos (LMR) o un límite de tolerancia de sustancias como abonos, plaguicidas y determinados productos químicos y metales presentes en alimentos y piensos, que se utilizan durante su proceso de producción pero que no son sus ingredientes previstos: Incluye un contenido máximo admisible (ML) para los contaminantes no microbianos. Las medidas relacionadas con los contaminantes microbiológicos se clasifican en A4. (Global Trade Helpdesk, 2020)

## 2.10 Producto en México

El panorama del arándano en México es favorecedor por lo mencionado anteriormente, sin embargo, podemos destacar las cifras de crecimiento y su demanda internacional ya que el Ministerio de Agricultura de México, las exportaciones de berries sumaron 99,142 toneladas de enero a mayo de 2021 y los especialistas aseguran su crecimiento. Además, el arándano es una de las frutillas que más genera empleo en el país con más de 420 mil empleos directos y con ingresos de comercialización de más de 2 mil millones de dólares.

Actualmente en México tenemos 52 mil hectáreas en todo el país, y los principales estados productores son Jalisco, Michoacán y Baja California. Donde Michoacán sigue siendo el líder indiscutible en la producción de berries, es líder mundial en la producción de zarzamora, con el 94 % de la cosecha a nivel nacional de la frutilla; además del primer lugar en producción de fresa a nivel nacional, al aportar más del 70%.

De acuerdo con Fresh Seasons, la frutilla y el arándano se consideran como los berries con más esperanza de crecimiento para los próximos 10 años. El 52.21% de la producción nacional de la frutilla se destina al mercado externo, convirtiendo a México en el tercer proveedor de frutilla en el mercado internacional, de hecho, representa el 14.83% del valor de las exportaciones mexicanas a nivel mundial. Las importaciones mundiales han aumentado 35.55% en los últimos diez años incrementando las exportaciones mexicanas. (Fresh Seasons, 2020)

Los principales países compradores de frutilla mexicana son Estados Unidos y Canadá. También es vendida a destinos como Brasil, Arabia Saudita y Reino Unido, Hong Kong, Belice, Países Bajos, Rusia, Qatar, Irlanda, Kuwait, Japón, Puerto Rico, República Dominicana, Australia y Trinidad y Tobago, entre otros. (Portal Fruticola, 2021)

Uno de los proveedores de arándanos en México es la empresa Fall Creek, ofrece a los productores de todo el mundo las mejores plantas de arándanos probadas con virus y fieles a su tipo. Y con sitios de ensayos, viveros y socios de distribución en las Américas y Europa, han establecido centros globales de investigación, inteligencia de mercado, expertos en ventas y apoyo técnico.

El vivero de propiedad total establecido en el 2005 por Fall Creek es Fall Creek México, el cual se encuentra a unos 40 kilómetros al norte de Guadalajara. En esta localidad encontrarán oficinas corporativas, instalaciones de propagación y cultivo, nuestras operaciones de investigación y cultivo enfocadas en variedades para México y otras variedades de arándano sin frío y frío bajo. Los equipos en México incluyen representantes profesionales de ventas y apoyo técnico, administración y contabilidad, personal de producción y un equipo de investigación. (Fall Creek, 2021)

Otro ejemplo es la asociación Aneberries, el cual abarca empresas como Driscoll's, Agrana Fruit México S.A. de C.V., Agrícola de Fuerte Fe S. de R.L de C.V., Agro-Nacer, Cofrusa y otras 10 empresas.

Su misión es congrega a la industria mexicana de berries en una Asociación unida, organizada y especializada, como frente de representación de los intereses comunes del gremio, que permitan alcanzar y mantener su máximo potencial y prestigio de forma ordenada, rentable y sustentable. (Aneberries, 2021)

## Capítulo 3. Análisis de mercado meta

### 3.1 Análisis de mercados potenciales

Figura 15 Escala Likert

	<b>Emiratos Árabes</b>	<b>Japón</b>	<b>Alemania</b>
<b>Crecimiento del país</b>	2	5	1
<b>Poder adquisitivo per cápita</b>	5	5	5
<b>Volumen de importación</b>	2	3	5
<b>Crecimiento de importación</b>	5	3	1
<b>Barreras arancelarias</b>	5	5	5
<b>Barreras no arancelarias</b>	3	5	4
<b>Posición en Importaciones globales</b>	3	4	5
<b>Transparencia y corrupción</b>	5	5	5
<b>Total</b>	30	35	31

Fuente: elaboración propia

Escala de tipo Likert

Muy bueno: 5

Bueno: 4

Regular: 3

Malo: 2

Muy malo: 1

La escala de Likert es uno de los tipos de escalas de medición utilizados principalmente en la investigación de mercados para la comprensión de las opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta. Nos sirve principalmente para realizar mediciones y conocer sobre el grado de conformidad de una persona o encuestado hacia determinada oración afirmativa o negativa.

(QuestionPro)

Esta matriz ha sido elaborada según los parámetros que yo considere que eran requeridos para saber qué país es el ideal para mi producto.

### **Emiratos árabes**

El crecimiento fue del 1.7% con respecto al 2019, en el poder adquisitivo es de 38 euros por ello un 5. En el volumen de las importaciones es de USD 10 M por ello es un 2, en cuanto al crecimiento de importaciones es del 256% por ello es un 5. La posición global de los emiratos árabes es el número 26 por ello es un 3 y en las barreras arancelarias es del 0% en este producto y en las barreras no arancelaria es del 3 porque es el que más tiene de los 3 países a comparar. En cuanto a la transparencia y corrupción es un 5 ya que los índices son bajos, mucho más bajo si lo comparamos con los países de Latinoamérica.

Todos estos aspectos nos dan un puntaje de 30 puntos, lo cual lo hace el país más bajo de los 3 países que se comparan.

(Global Trade, 2020) (Anónimo, Emiratos Árabes Unidos, 2020) (Global Trade Helpdesk, 2020)

### **Japón**

El crecimiento de Japón del 2019 ha sido de 5.3%, en cuanto al poder adquisitivo per cápita es de 39 euros, muy parecido al de los Emiratos Árabes por ello ambos son un 5 en la escala de Likert. El volumen de las importaciones es de USD 23,5 M por ello es un 3, en el crecimiento de importaciones es del 5% por ello es un 3 ya que no es el más bajo de los países que se están comparando. La posición global de Japón es el número 18 por ello es un 4, en cuanto a las barreras arancelarias es del 6% pero México tiene tratado con este país por lo tanto hay preferencia arancelaria.

La barrera no arancelaria es del 5 porque es el que menos tiene de los 3 países a comparar y, por último, la transparencia y corrupción es un 5 ya que los índices son bajos, mucho más bajo si lo comparamos con los países de Latinoamérica.

En total, da en total de 35 puntos, lo cual lo hace el país con el puntaje más alto.

(Siicex, s.f.) (Anónimo, Japón , 2020) (Global Trade Helpdesk, 2020) (Mac Map, 2020)

### **Alemania**

El crecimiento de Alemania en 2020 sufrió una caída del 5%, sin embargo, el poder per cápita es el mejor de los 3 países que se comparan con 40 euros, pero la diferencia es mínima entre estos, por ello los 3 tienen un 5.

La posición global de Alemania es el número 4 ya que es uno de los países que más consume, el volumen de las importaciones es de USD 370,4 M por ello es un 5, en el crecimiento de importaciones es del 256% por ello es un 5. Las barreras arancelarias son de 9.6% pero México tiene tratado de libre comercio con la Unión Europea, por lo tanto, hay preferencia arancelaria y en las barreras no arancelarias es del 3 porque es el que más tiene de los 3 países a comparar

En cuanto a la transparencia y corrupción es un 5 ya que los índices son bajos, mucho más bajos si lo comparamos con los países de Latinoamérica. (TradeMap, s.f.) (Anónimo, Alemania , 2020) (Global Trade Helpdesk, 2020)

### 3.2 Características Generales

Mercado elegido: Japón

Japón es una nación insular del océano Pacífico con densas ciudades, palacios imperiales, parques nacionales montañosos y miles de santuarios y templos, situada en el este de Asia, tiene una superficie de 377.970 Km<sup>2</sup>. Es la tercera economía más grande del mundo, su capital es Tokio, su moneda yenes japoneses, el idioma es japonés, el tipo de gobierno es parlamentario- monarquía constitucional y su religión es el sintoísmo y budismo. Las principales ciudades son Hiroshima, Nagasaki, Osaka Kyoto y Yokohama.

El crecimiento fue impulsado principalmente por el consumo interno, que creció considerablemente. Por otra parte, la inversión comercial y las exportaciones se han debilitado como consecuencia de la guerra comercial entre Estados Unidos y China. Según las estimaciones del FMI actualizadas el 14 de abril de 2020, debido al brote de COVID-19, se prevé que el crecimiento del PIB caiga a -5,2% en 2020, y que repunte a 3% en 2021, según la recuperación económica global posterior a la pandemia. Pero el recrudecimiento de las infecciones ha obligado al gobierno a declarar un nuevo estado de emergencia en enero, lo que amenaza con enfriar el consumo y hacer que la economía vuelva a entrar en recesión. (Santander, 2020)

Japón es el segundo mayor socio comercial de la UE en Asia, después de China, y juntos representan en torno a un cuarto del PIB mundial. En noviembre de 2020, Japón firmó la Asociación Económica Integral Regional, probablemente el mayor acuerdo de libre comercio de la historia. La declaración de los líderes firmada el 15 de noviembre de 2020, esta Asociación cubrirá un mercado de 2.200 millones de personas y representa casi 28% del comercio global.

Actualmente la economía de Japón volvió a arrojar números rojos en el tercer trimestre de 2021. Los datos oficiales, muestran que el PIB se contrajo más rápido de lo previsto, con una caída del 0,8%. De acuerdo con las estadísticas del gobierno, el descenso del consumo doméstico durante el estado de emergencia decretado en los meses de verano para hacer frente a la pandemia de covid-19, así como las interrupciones en la cadena mundial de suministros se encuentran entre las principales causas de estas cifras.

Las exportaciones, el otro motor de la economía nacional, retrocedieron un 2,1% con respecto al trimestre previo, impactadas por la escasez de chips, la reducción en la producción de coches y los recortes en la cadena de suministros. Algunos economistas opinan que la enorme dependencia de Japón de la industria

automovilística ha provocado que su economía sea más vulnerable a las interrupciones comerciales que las de otros países. (El País, 2021)

Según la OMC, las exportaciones de bienes de Japón fueron de 641.319 millones USD en 2020, mientras que las importaciones representaron 641.319 USD. Con respecto al sector de servicios, el nivel de exportaciones en 2020 se elevó a 200.500 millones USD, mientras que las importaciones llegaron a 182.711 millones USD. (Santander, 2020)

*Figura 16 Comercio de Japón*

<b>Valores del comercio exterior</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Importación de bienes (millones de USD)</b>	748.488	720.957	635.460
<b>Exportación de bienes (millones de USD)</b>	738.143	705.564	641.319
<b>Importación de servicios (millones de USD)</b>	198.837	201.713	182.711
<b>Exportación de servicios (millones de USD)</b>	188.812	200.541	156.351

*Fuente: Organización Mundial del Comercio*

*Figura 17 Indicadores económicos*

<b>Indicadores de comercio exterior</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Comercio exterior (en % del PIB)</b>	36,8	34.8	n/a
<b>Balanza comercial (millones de USD)</b>	10.587	1.361	28.806
<b>Balanza comercial (incluyendo servicios) (millones de USD)</b>	1.405	-8.615	-6.200
<b>Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)</b>	3,4	-0.4	n/a



<b>Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)</b>	3,4	-1.4	n/a
<b>Importación de bienes y servicios (en % del PIB)</b>	18,3	17.4	n/a
<b>Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)</b>	18.3	17.4	n/a

*Fuente: Banco Mundial*

### **Principales socios de Japón del 2020**

China con el 22.0% del comercio, Estados Unidos con el 18.5%, Corea del Sur con el 7%, Hong Kong 5.0%, Tailandia 4.0% y el resto de los países conforman el 43.5% del comercio de Japón.

### **Principales proveedores**

China con el 25.8%, Estados Unidos 11.3%, Australia 5.6%, Corea del Sur 4.2%, Tailandia 3.7% y los demás países conforman el 51% (Comtrade)

### **Principales productos exportados**

641,3 miles de miles. USD de productos exportados en 2020

*Figura 18 Principales productos exportados*

<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Automóviles de turismo y demás vehículos.</b>	12,6%
<b>Circuitos integrados y microestructuras eléctricos.</b>	4,5%
<b>Partes y accesorios de tractores, vehículos.</b>	4,2%
<b>Transatlánticos, barcos para excursiones de...</b>	1,7%
<b>Diodos, transistores y dispositivos de material.</b>	1,4%

<b>Máquinas y aparatos mecánicos con función propia,...</b>	1,3%
<b>Oro, incl., el oro platinado, en bruto, semilabrado..</b>	1,3%
<b>Máquinas y aparatos mecánicos con función propia,...</b>	1,3%
<b>Topadoras frontales bulldozers, topadoras.</b>	1,2%
<b>Interruptores, conmutadores, relés, cortacircuitos,...</b>	1,1%

*Fuente: (Comtrade)*

### **Principales productos importadores**

635,4 miles de mills. USD de productos importados en 2020

*Figura 19 Principales productos importados*

<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso</b>	6,8%
<b>Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos</b>	5,4%
<b>Aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con...</b>	3,9%
<b>Máquinas automáticas para tratamiento o...</b>	3,1%
<b>Circuitos integrados y microestructuras eléctricos...</b>	3,0%
<b>Medicamentos constituidos por productos mezclados...</b>	2,7%
<b>Hullas; briquetas, ovoides y combustibles sólidos...</b>	2,5%
<b>Aceites de petróleo o de mineral bituminoso (Aceites de petróleo o de mineral bituminoso)</b>	1,7%
<b>Sangre humana; sangre animal preparada para usos...</b>	1,6%
<b>Automóviles de turismo</b>	1,6%

Fuente: (Comtrade)

## Regulaciones arancelarias

- Derechos NMF (aplicados) del 6%
- Tarifa preferencial (CPTPP) para México 0%
- Tarifa preferencial para México 0%

Japón no aplica ningún remedio comercial sobre el producto seleccionado.  
(Global Trade Helpdesk)

Figura 20 Japan's Tariff Schedule as of January 1 2022

Statistical code		Description	Tariff rate							
H.S.code			General	Temporary	WTO	GSP	LDC	Singapore	Mexico	Malaysia
0810.40	000	Cranberries, bilberries and other fruits of the genus Vaccinium	10%		6%	3%	Free	Free	Free	Free

Fuente: (JETRO)

Esta es la tabla de aranceles para nuestro producto de la aduana de Japón, donde se pueden observar el porcentaje que pagaría,

## Regulaciones no arancelarias

A210 - Límites de tolerancia para residuos o contaminación por determinadas sustancias (no microbiológicas) 1

A220 - Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto. 1

A310 - Requisitos de etiquetado 1

A410 - Criterios microbiológicos del producto final 1

A420 - Prácticas higiénicas durante la producción relacionadas con MSF 2

A850 - Requisitos de trazabilidad 1

A860 - Requisito de cuarentena 1

B310 - Requisitos de etiquetado 2

C300 - Requisito de pasar por un puerto de aduanas especificado 1

Requerimiento de cuarenta: Obligación de retener o aislar animales, plantas o sus productos a la llegada a un puerto o lugar durante un período determinado, a fin de evitar la propagación de enfermedades infecciosas o contagiosas o la contaminación.

(Global Trade Helpdesk, 2020)

## **Empresas**

En Japón encontramos que 237 empresas, de las cuales la empresa *Japan Fraise Co. Ltd.* y *MIN KAI Ltd.* son las más activas como empresas importadoras. (Global trade helpdesk)

## **Aduana de Japón**

Se trata de procedimientos necesarios para la importación de mercancías. Un importador debe presentar una declaración de importación a la aduana para la inspección requerida antes de obtener un permiso de importación. Si un importador no ha obtenido un permiso de importación, las mercancías no pueden importarse al Japón.

Bases para los procedimientos:

- Artículo 7 de la Ley de aduanas
- Artículo 67 de la Ley de Aduanas

### Método de presentación:

Preparar y presentar las siguientes declaraciones y documentos que se adjuntarán a los organismos administrativos que se indican a continuación.

1. Factura o documentos equivalentes y otros documentos necesarios para determinar la norma fiscal (cuentas de flete, certificados de seguro, etc.)
2. Certificado de origen (en tal caso la aplicación de tipos preferenciales)
3. Certificado de autorización de importación para las mercancías cuya aprobación requiere el Ministro de Economía, Comercio e Industria o el Director General de Aduanas
4. Además de los tres tipos de documentos, documentos y certificados antes mencionados que certifican un permiso de importación o aprobación de mercancías que es requerido por leyes y órdenes pertinentes distintas de las prescritas en el artículo 70 (certificación o confirmación) de la Ley de Aduanas.

5. Documentos para importadores de mercancías que soliciten la aplicación de tarifas preferenciales o la reducción o exención de tarifas de acuerdo con la Ley del Arancel Aduanero, y que estén obligados a presentar documentos específicos en la declaración de importación
6. Solicitud o certificado de exención de impuestos para mercancías sujetas al impuesto sobre el consumo interno
7. Declaración de cálculo (limitada a las mercancías que requieren cálculos complicados para tener una proporción, precio, etc.)
8. Comprobante de pago (sin incluir los casos en que se haya prorrogado el plazo de pago)
9. Hoja de confirmación de impuestos diferidos (limitada a los casos con la extensión completa del plazo de pago)

#### Formulario de solicitud y descripción:

Forma de declaración de las importaciones que es el formulario aduanero C No.5020

#### Tiempo de recepción:

Horario de aduana 8:30 a.m. a 5:00 p.m. excepto en días festivos para las agencias administrativas. Se debe consultar el horario con antelación a la importación.

No se expiden permisos para los siguientes casos:

- Caso en que las leyes y órdenes distintas de las relacionadas con las aduanas requieren un permiso o aprobación para importar mercancías, pero los procedimientos no se han completado.
- Caso en que no se ha completado el pago de tarifas, etc. (sin incluir los casos en que se aprueba la prórroga del plazo de pago.) (Japan Customs )

#### **Procedimientos en el despacho aduanero Japón**

Toda persona que desee importar mercancías debe declararlas como mercancías extranjeras en la oficina de aduanas respectiva, en general, con jurisdicción sobre el área aduanera que es, donde se almacenan las mercancías importadas, y se debe obtener un permiso de importación después de la inspección necesaria de las mercancías en cuestión, y además de un pago de derechos de aduana e impuestos especiales tanto nacionales como locales, cuando corresponda. Una vez que las mercancías se despachan para la importación, se consideran mercancías nacionales y están listas para ser entregadas al destinatario.

Este es el procedimiento básico para presentar los documentos de declaración.

Cuando las mercancías para la importación requieren un permiso y aprobación bajo leyes y regulaciones distintas de la Ley de Aduanas, se debe presentar un certificado de solicitud de permiso y aprobación bajo otras leyes y regulaciones antes del despacho de la oficina de aduanas.

Al recibir la declaración de importación, la oficina de aduanas realiza revisiones de documentos e inspecciones necesarias y, en general, aprueba la importación después de confirmar el pago de impuestos como derechos de aduana.

La declaración de importación debe ser realizada, en principio, por la persona que está importando la mercancía; sin embargo, un agente de aduanas que esté registrado como una empresa de gestión de importaciones oficial puede realizar la solicitud como representante del importador.

Los procedimientos de despacho de importación también son necesarios cuando una persona desea importar mercancías para uso personal mediante pedido por catálogo por correo, etc.

Fundamento: Artículo 67, numeral 2 del artículo 67, artículo 70 y artículo 72 de la Ley de Aduanas.  
(Japan Customs)

### 3.3 Segmentación y distribución en el mercado meta

La segmentación de mercado es el método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. (Ruiz, 2018)

El arándano se está incorporando a la dieta habitual del mundo, sin distinguir edad o género ya que el consumidor actual busca opciones orgánicas, libres de pesticidas cancerígenos, conservadores o químicos y aquí es donde aparecen las moras azules. Además de que los consumidores buscan esta fruta en comidas dulces o saladas, y en aplicaciones industriales tan diversas como productos farmacéuticos, colorantes, pastelería, jugos concentrados, purés, mermeladas, salsas, helados, yogurts, golosinas, conservas, etc.

Pues las moras azules tienen una amplia variedad de nutrientes y proteínas que la hacen ideal para cualquier manejo.

### 3.4 Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales Entre México

México cuenta con una red de 13 Tratados de Libre Comercio con 50 países, 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones con 33 países y por último cuenta con 9 acuerdos de alcance limitado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio, el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos y la ALADI. (Secretaría de economía , 2020)

Para nuestra exportación haremos uso del Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón (AAEMJ) que fue firmado el 17 de septiembre de 2004 y entró en vigor a partir del 1 de abril de 2005.

Pues a lo largo del tiempo, México y Japón han construido lazos de cooperación y amistad que han decidido reflejar en una relación económica más amplia y mutuamente provechosa, a través de la negociación del Acuerdo de Asociación Económica México y Japón (AAE). Este Acuerdo vincula a la segunda economía más grande del mundo, y contribuirá a consolidar la posición de México como uno de los países líderes en la promoción del comercio y la inversión. El Acuerdo con Japón se incorpora a la amplia red de tratados de libre comercio, misma que nos da acceso preferencial a países que concentran dos terceras partes de la producción mundial. (Tokoro, 2006)

Asimismo, impulsará una mayor inversión de empresas japonesas en México, para manufacturar productos destinados al mercado interno o para ser exportados a otros países aprovechando nuestra extensa red de tratados de libre comercio. Más empresas nacionales y de terceros países tendrán interés en invertir para producir en México y exportar a Japón, beneficiándose del acceso preferencial que otorga el AAE a los productos mexicanos.

### 3.5 Panorama comercial mundial del arándano

Alrededor del mundo se produce un aproximado de 115 mil toneladas de arándano por año.

Estados unidos es uno de los principales importadores con un volumen de 738.299 toneladas. Países bajos con un volumen de 272.565 toneladas y en tercer lugar esta Canadá con 178.745 toneladas de producción anual.

En cuanto a las exportaciones, en el primer lugar con un volumen de 743.449 toneladas esta Perú, en segundo lugar, tenemos a Chile con un volumen de 162.174 toneladas y en tercer lugar con un volumen de 65.491 toneladas está Países bajos. En el séptimo lugar esta México con un volumen de 35.624 toneladas por año. (Trade Map , 2020)

El precio del kilo del arándano está de 4 dólares aproximadamente en temporada normal, sin embargo, en temporada alta puede costar hasta 5 dólares y en temporada baja 3.70 dólares en exportación. (Trade Map )

A pesar de la pandemia, el comercio de arándanos floreció en 2020, ya que a los frutos rojos se le relaciona como un beneficio para la salud, su popularidad subió mundialmente. Según las estimaciones, el comercio mundial de arándanos en 2020 creció al menos entre un 16% y un 18% y superó los \$ 4.500 millones. Esto significa que el volumen del comercio mundial de arándanos frescos ya es al menos \$ 1.2 mil millones más alto que el volumen del comercio mundial de otros frutos rojos como la fresa.

Los altos precios han estimulado el interés por establecer nuevas plantaciones de arándano alrededor del mundo y uno de ellos es Ucrania, cuya superficie podrían triplicarse en los próximos años gracias a la tecnología

El estudio de investigación APK-Infom es el único de hortalizas y frutas “Mercado de arándanos en Europa del Este-2020” despertó gran interés en el mercado mostrando una imagen completa de variedades, áreas, tecnologías, volúmenes de producción, exportaciones, importaciones, etc., para países como Ucrania, Rusia y Bielorrusia. La información se recopila directamente de casi todos los principales productores de estos países y muchos de los hallazgos del estudio fueron una revelación para los analistas de EastFruit.

En general, según los analistas de EastFruit, se puede ver un fuerte aumento en la oferta de muchos tipos de berries en el mercado en 2021 si no hay desastres naturales. En primer lugar, cuando se habla de arándanos, cuya producción en España, por ejemplo, puede resultar un 50% superior a la del año pasado. Ucrania puede incluso duplicar la producción en 2021. Por lo tanto, la probabilidad de que los precios de la mayoría de los tipos de berries sean más bajos que la temporada pasada sigue siendo muy alta. Además, mucho dependerá de la situación con respecto a la pandemia, que aún queda mucho por ver. (Blueberries Magazine, 2021)

En España los arándanos han sido los mejores pagados en gama de berries ya que afortunadamente la temporada en España ha resultado diferente de lo que se pensaba inicialmente, después de que el sector agricultor paso por grandes pérdidas, pues su precio se ha mantenido estable gracias a que el clima ha sido más frío y lluvioso de lo normal, haciendo que la producción fuese progresiva y estable, sin picos de producción lo cual fue muy beneficioso. Sin embargo, la exportación de España no es muy grande.

En Colombia aumentan las exportaciones, se ha registrado un aumento durante el primer cuatrimestre de 2020, según las cifras de ProColombia, el valor de los envíos entre los primeros meses del 2020 ha alcanzado los 125,3 millones de dólares, lo que supone un crecimiento del 9,37% frente a los 114,6 millones de dólares reportados en el mismo periodo de 2019, a pesar de la pandemia de COVID-19.



En China, su mercado aún no se ha podido recuperar por consecuencias de la pandemia, sobre todo las frutas como el arándano, sufren por falta de interés y las ventas son muy bajas, como ejemplo la provincia de Yunnan aún tiene mucho producto a pesar de que su temporada ya paso, también hay arándanos provenientes de la provincia de Liaoning con precios altamente competitivos y producto de los invernaderos de Shandong, cuyo precio es un 15% más bajo que el del año pasado. Los arándanos de campo están llegando al mercado con precios de alrededor de 3,73 €. Los arándanos se venden cada vez más en racimos en China, al igual que las uvas. Este formato es popular entre los consumidores porque transmite frescura.

En Sudáfrica las exportaciones aumentan un 50%, las exportaciones entre el 2019 y 2020 aumento con un volumen 12.282 toneladas. Se prevé un aumento más en la siguiente temporada de 2021 con un volumen de 17.000 toneladas. Gracias al nuevo Foro de Marketing de la Asociación de Productores de Berries de Sudáfrica recientemente tuvo una reunión para discutir la comercialización y la logística de los arándanos. Según algunos expertos, esta es una señal de que el sector está madurando.

En Alemania, la demanda de arándanos en el mercado alemán es actualmente bastante moderada, de acuerdo con un mayorista que suministra frutas y hortalizas al retail. Se ha observado una menor demanda en comparación con otros años. Debido a la falta de mano de obra y a las condiciones meteorológicas en las principales zonas de cultivo españolas, el volumen total es un 30-40% menor de lo habitual. Por otro lado, esta situación tiene un efecto positivo en el mercado. Ya que, durante la temporada alta, siempre se produce una sobreoferta, la cual ejerce presión sobre los precios. Pero durante la pandemia la oferta y la demanda están en equilibrio y se pueden ver precios relativamente altos, pero no excesivos.

En Francia, los productores han tenido problemas de calidad, pero la demanda no es alta y el volumen total de los arándanos que vienen de Francia, España y Portugal es significativo. El consumo de arándanos está aumentando año tras año en Francia, pero no es significativo como otros países de la Unión Europea.

En Australia, el sector toma medidas contra la pérdida de ingreso debido al impacto económico del coronavirus, Berries Australia prevé que los ingresos del sector disminuirán en 18,3 millones de euros. El sector ha iniciado un proyecto de recaudación mediante un impuesto voluntario dirigido a los grandes compradores de arándanos con el objetivo de proteger la producción nacional. Los arándanos se cultivan durante todo el año en diferentes regiones del país. En invierno, la producción se sitúa en Nueva Gales del Sur. La producción en 2019 aumentó en un 13% respecto a la de 2018, hasta alcanzar 19.008 toneladas, mientras que el valor aumentó un 10%. Las exportaciones de arándanos disminuyeron un 9%, totalizando 201 toneladas, pero el valor aumentó un 8%. Se importaron 1.555 toneladas, principalmente de Nueva Zelanda.  
(Mercado mundial de arándano 2020, 2020)

Figura 21 Tabla de importaciones de arándano de Japón en 2020

Exportadores	Valor importado en 2020 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2020 (miles de USD) †	Participación de las importaciones para Japón (%) †	Cantidad importada en 2020	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) †	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2016-2020 (% p.a.) †	Tasa de crecimiento de las cantidades importada entre 2016-2020 (% p.a.) †	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2019-2020 (% p.a.) †	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales †	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%) †	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2016-2020 (% p.a.) †	Distancia media entre los países socios y todos los mercados importadores (km) †	Concentración de las importaciones de los países socios †
Mundo	23.171	-23.162	100	1.996	Toneladas	11.609	-1	2	-1		100	17		
México	11.003	-11.003	47,5	868	Toneladas	12.676	1	8	0	7	4,4	29	2.093	0,87
Estados Unidos de América	7.176	-7.176	31	684	Toneladas	10.491	0	-2	11	5	6,4	9	2.390	0,76
Chile	4.513	-4.513	19,5	405	Toneladas	11.143	-5	-1	-11	2	13,4	2	11.318	0,27
Canadá	479	-479	2,1	39	Toneladas	12.282	23	9	-24	8	3,4	-4	1.431	0,92

Fuente: (Trade Map , 2020)

Esta es la lista de proveedores importados por Japón en 2020, donde podemos observar que México es el principal importador de berries con un valor importado en 2020 de 11.003 miles de USD, en el segundo lugar tenemos a Estados Unidos con un valor de 7.173 miles de USD, en tercer lugar, tenemos a Chile con un valor de 4.513 miles de USD y en último lugar esta Canadá con 479 miles de USD. Las importaciones de Japón representan 0,5% de las importaciones mundiales para este producto.

En la tabla se podemos observar más indicadores como el saldo comercial en 2020, la participación de las importaciones y la cantidad de estas, además podemos ver las tasas de crecimiento y otros indicadores, con toda esta valiosa información podemos fundamentar que el mercado japonés es el mejor para los arándanos mexicanos y que hay fuertes lazos comerciales entre ambos países.

### 3.6 Restricciones arancelarias y no arancelarias de Japón

#### Restricciones arancelarias

Japón es miembro del Convenio de Sistema Armonizado, por lo que los aranceles autorizados por la Dirección General de Aduanas y Aranceles (Customs and Tariff Bureau) del Ministerio de Finanzas obedecen el sistema de clasificación comercial, basado en 9 dígitos.

La fracción arancelaria es 0810.40000, de acuerdo con la página de la aduana de Japón que es que es la siguiente:

[https://www.customs.go.jp/english/tariff/2022\\_1\\_1/data/e\\_08.htm](https://www.customs.go.jp/english/tariff/2022_1_1/data/e_08.htm)

Los aranceles que pueden ser ad valorem, específicos o mixtos, están agrupados en cinco categorías y son:

1. Arancel General: aplicable a importaciones provenientes de países no miembros del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) y que no mantienen acuerdos comerciales con Japón.

2. Tarifa OMC: casi siempre más baja que la general, esta tarifa se aplica a países miembros de la Organización Mundial de Comercio.

3. Tarifa EPA: son aranceles fijados en los Acuerdos de Asociación Económica que tiene Japón con otros países.

4. Arancel Preferencial (SGP): se aplica a países en desarrollo en el marco del Sistema General de Preferencias acordado en la UNCTAD. Se limita generalmente a una cuota determinada de importación por producto.

5. Arancel temporal: reemplaza los otros aranceles por un período determinado cuando éstos se encuentran en proceso de revisión.

En caso de México y los países centroamericanos podría aplicarse el arancel preferencial.

Figura 22 Japan's Tariff Schedule as of January 1 2022

Statistical code		Description	Tariff rate							
H.S.code			General	Temporary	WTO	GSP	LDC	Singapore	Mexico	Malaysia
0810.40	000	Cranberries, bilberries and other fruits of the genus Vaccinium	10%		6%	3%	Free	Free	Free	Free

Fuente: (Jetro )

Aquí podemos observar la fracción arancelaria de nuestro producto y las tarifas de los aranceles, el cual se divide en el general que cobra el 10% para países que no tengan tratado, el temporal solo aplica para algunos países, el WTO es el 6%, el GSP 3% y *less developed countries* (LDC) no aplica para esta fracción.

Para México está exento de todos estos aranceles mencionados por el tratado de libre comercio que celebran ambas naciones.

### Restricciones no arancelarias

Se pueden definir en términos generales como políticas comerciales, diferente de aranceles, que podrían tener un efecto económico en el flujo comercial de bienes o servicios. Estas también podrían afectar el precio y la cantidad, o ambos al mismo tiempo. A pesar de que el uso de las restricciones no arancelarias es en muchos casos legítimo, como por ejemplo para asegurar calidad del producto o proteger la

salud de los consumidores, en ocasiones pueden ser usadas como medidas proteccionistas. (Centro de Comercio Internacional ) (Jetro )

### 1. Salvaguardias

Los mecanismos de salvaguardias incluidos en el Acuerdo están sujetos a un procedimiento claro y transparente que garantiza la adecuada protección a la rama de producción nacional ante situaciones de daño grave o amenaza del mismo que pudieran causar un aumento significativo de las importaciones como resultado de la reducción o eliminación de aranceles contemplada en el Acuerdo. Al igual que, procedimiento evita que medidas de esta naturaleza sean utilizadas con fines proteccionistas. (Sicex)

### 2. Normas sanitarias y fitosanitarias

La aplicación de principios y reglas transparentes en materia sanitaria y fitosanitaria, facilitarán el comercio agropecuario entre ambos países. El Acuerdo preserva nuestro derecho de adoptar medidas sanitarias y fitosanitarias para proteger la vida o salud humana, animal o vegetal contra riesgos que surjan de enfermedades, plagas, aditivos o contaminantes, siempre y cuando estén justificadas científicamente y no constituyan un obstáculo encubierto al comercio. Asimismo, el Acuerdo prevé el establecimiento de un Subcomité que tendrá la facultad de crear grupos técnicos para abordar problemas específicos que surjan en la materia. (Sicex)

### 3. Normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad

Así mismo, se cuenta con disposiciones claras y transparentes que facilitan el comercio entre los dos países y garantizan que la aplicación de las normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad no se conviertan en obstáculos al comercio. Con ese mismo fin, se incorporan otras disposiciones, entre las cuales destacan: la cooperación técnica entre México y Japón; el establecimiento de puntos de contacto en cada país; y la creación de un Subcomité que revise la implementación del Acuerdo en esta materia y que funcione como foro para la discusión de estos temas. (Sicex)

### 3.7 Estadísticas

Figura 23 Comercio general de México y Japón

**Japón: Comercio con México**

Cifras expresadas en miles de dólares.

<b>Año</b>	<b>Exportaciones de Japón hacia México</b>	<b>Importaciones de Japón desde México</b>	<b>Balanza Comercial</b>
2001	4,108,564	2,015,706	2,092,858
2002	3,757,694	1,785,467	1,972,227
2003	3,624,830	1,770,137	1,854,694
2004	5,182,264	2,169,540	3,012,724
2005	6,920,505	2,551,534	4,368,971
2006	9,283,220	2,823,211	6,460,009
2007	10,221,274	3,152,927	7,068,348
2008	9,879,530	3,783,075	6,096,454
2009	6,835,712	2,798,855	4,036,857
2010	9,541,028	3,472,852	6,068,177
2011	10,204,392	3,961,463	6,242,929
2012	10,607,198	4,414,570	6,192,628
2013	9,750,444	4,251,479	5,498,965
2014	10,682,843	4,311,841	6,371,002
2015	10,474,538	4,759,820	5,714,718
2016	10,677,380	5,759,576	4,917,804
2017	11,255,297	5,771,384	5,483,913
2018	11,609,079	6,335,130	5,273,949
2019	10,637,376	5,997,934	4,639,442
2020	8,376,224	5,417,487	2,958,737

Fuente: (Jetro)

En esta estadística podemos observar el comercio general entre ambos países, donde el 2020 las exportaciones estuvieron más elevadas que las importaciones y con una balanza comercial en decaída con 2,958,737 miles de dólares.

Figura 24 Principales productos exportados por Japón a México

<b>Japan Export Statistics to Mexico</b>			
Annual Series: 2018 & 2019			
Commodity	Description	United States Dollars	
		2018	2019
All Commodity Chapters		<b>11,611,312,688</b>	<b>10,615,572,227</b>
87	Vehicles, Except Railway Or Tramway, And Parts Etc	3,527,151,914	3,383,093,830
84	Nuclear Reactors, Boilers, Machinery Etc.; Parts	2,622,742,898	2,222,548,994
85	Electric Machinery Etc; Sound Equip; Tv Equip; Pts	1,629,666,091	1,517,251,231
72	Iron And Steel	1,531,848,265	1,327,994,989
90	Optic, Photo Etc, Medic Or Surgical Instrments Etc	402,035,265	368,971,207

Fuente: (Jetro)

Esta es la estadística de exportación de Japón a México y podemos observar que el principal producto son los vehículos, excepto ferrocarril o tranvía, y piezas, en segundo lugar, son los reactores nucleares, calderas, maquinaria, después es la maquinaria eléctrica, equipo de sonido; equipo de televisión y partes, después está el hierro y acero, por último, son los instrumentos ópticos, fotográficos, médicos o quirúrgicos.

Figura 25 Principales productos importados por Japón a México

<b>Japan Import Statistics from Mexico</b>			
Annual Series: 2018 & 2019			
Commodity	Description	United States Dollars	
		2018	2019
All Commodity Chapters		<b>6,336,701,520</b>	<b>5,904,618,817</b>
85	Electric Machinery Etc; Sound Equip; Tv Equip; Pts	1,062,099,138	1,270,871,666
27	Mineral Fuel, Oil Etc.; Bitumin Subst; Mineral Wax	875,456,698	248,695,151
87	Vehicles, Except Railway Or Tramway, And Parts Etc	700,492,146	667,894,341
90	Optic, Photo Etc, Medic Or Surgical Instrments Etc	680,990,729	805,695,508
84	Nuclear Reactors, Boilers, Machinery Etc.; Parts	530,953,617	569,314,776

Fuente: (Jetro)

Esta es la estadística de importación de Japón a México y podemos observar que el principal producto es la maquinaria eléctrica, equipo de sonido; equipo de televisión, después está el combustible mineral, aceite y cera mineral, en tercer lugar, están los vehículos, excepto ferrocarril o tranvía, y piezas, después los instrumentos ópticos, fotográficos, médicos o quirúrgicos, y en el quinto lugar los reactores nucleares, calderas, maquinaria y partes.

Figura 26 Principales productos exportados por México a Japón

Principales productos exportados por México a Japón														
Valores en miles de dólares														
Fracción	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 enero- diciembre
	<b>Total</b>	<b>2,046,035</b>	<b>1,600,591</b>	<b>1,925,554</b>	<b>2,252,287</b>	<b>2,610,742</b>	<b>2,244,050</b>	<b>2,608,494</b>	<b>3,017,510</b>	<b>3,778,863</b>	<b>4,038,396</b>	<b>3,865,652</b>	<b>4,100,484</b>	<b>3,669,282</b>
0203.29.99	Las demás.	247,696	160,465	194,813	220,369	283,242	358,132	307,480	279,263	291,429	367,132	369,322	466,093	452,370
8703.32.01	De cilindrada superior a 1,500 cm3 pero inferior o igual a 2,500 cm3, excepto lo comprendido en la fracción 8703.32.02.	0	0	0	0	0	0	938	0	0	346	372	57,614	250,074
2603.00.01	Minerales de cobre y sus concentrados.	0	0	0	25,912	1,298	16,798	31,458	35,390	107,679	51,845	140,768	294,059	247,733
8527.21.01	Receptores de radio AM-FM, aun cuando incluyan transmisores-receptores de radio banda civil o receptor de señal satelital, o entradas para "Bluetooth" o "USB".	7	11	18	38	43	52	56	26	110	87	207,183	275,858	242,572
0804.40.01	Aguacates (paltas).	52,846	75,380	76,995	83,608	98,504	108,406	116,399	106,202	163,599	169,125	154,782	180,537	166,675

Fuente: (SIC)

En esta estadística podemos observar los 5 principales productos que son exportados por México hacia Japón desde el 2006 al 2019 y podemos ver cómo va en crecimiento el comercio entre ambos países.

Figura 27 Principales productos importados por México a Japón

Principales productos importados por México procedentes de Japón														
Valores en miles de dólares														
Fracción	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 enero- diciembre
	<b>Total</b>	<b>16,282,450</b>	<b>11,397,105</b>	<b>15,014,685</b>	<b>16,493,493</b>	<b>17,655,200</b>	<b>17,076,109</b>	<b>17,544,918</b>	<b>17,368,269</b>	<b>17,751,398</b>	<b>18,186,030</b>	<b>18,194,456</b>	<b>17,963,780</b>	<b>13,900,142</b>
8703.23.01	De cilindrada superior a 1,500 cm3 pero inferior o igual a 3,000 cm3, excepto lo comprendido en la fracción 8703.23.02.	841,826	469,911	714,444	757,953	606,415	871,668	803,070	1,143,576	1,232,953	1,316,755	927,564	1,104,106	712,073
8708.40.	Cajas de cambio y sus partes.	293,846	135,787	515,131	635,163	635,366	458,632	341,421	396,178	854,280	549,587	629,245	482,623	422,466
8532.24.99	Los demás.	231,285	130,435	205,540	172,400	190,451	271,067	210,952	247,368	205,136	206,125	315,593	382,277	355,742
9803.00.01	Partes y componentes para el ensamble de automóviles cuando se trate de empresas de la industria automotriz terminal que cuenten con autorización de depósito fiscal para ensamble y fabricación de vehículos conforme a la Ley Aduanera, siempre que se ajusten a los lineamientos que establezca la Secretaría de Economía.	0	0	0	0	0	0	0	54,627	375,231	304,858	252,878	271,974	225,176
8703.22.01	De cilindrada superior a 1,000 cm3 pero inferior o igual a 1,500 cm3, excepto lo comprendido en la fracción 8703.22.02.	201,345	94,344	137,187	133,803	115,602	152,291	181,116	140,111	75,839	101,687	168,862	231,129	219,046

Fuente: (SIC)

En esta estadística podemos observar los 5 principales productos que son importados por México hacia Japón desde el 2008 al 2019 y podemos ver cómo va se ha ido manteniendo el comercio entre ambos países.

Figura 28 Exportación de arándano de México

List of importing markets for a product exported by Mexico <sup>i</sup>  
 Product: 08 Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons

Unit : US Dollar thousand

Table Graph Map Companies

Download: [Icons] Time Period (number of columns) : 5 per page Rows per page Default (25 per page)

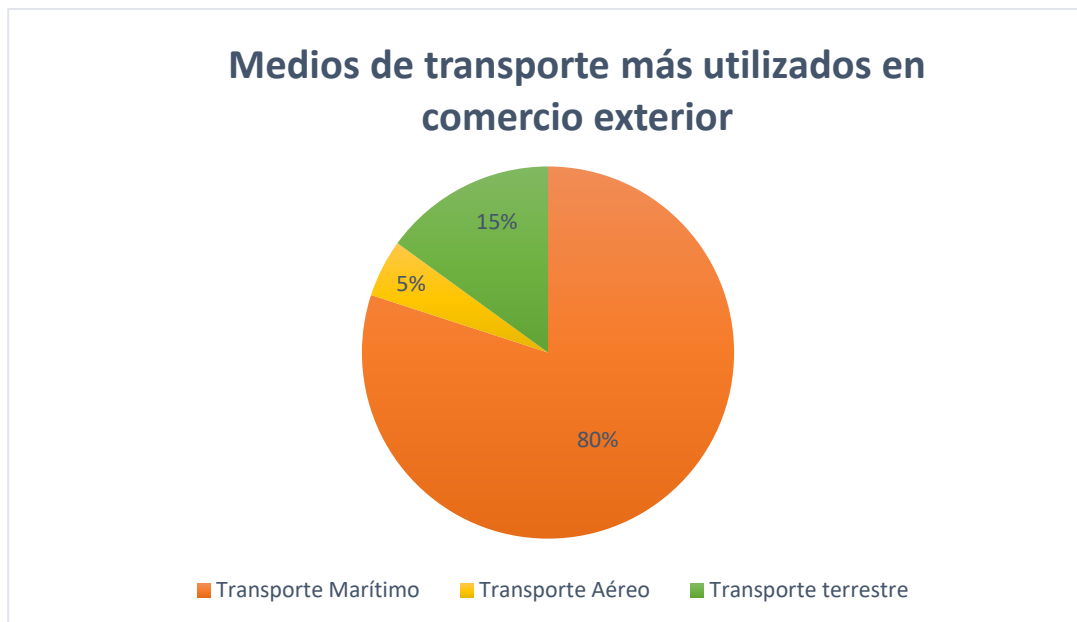
Bilateral 4 digits	Importers	Exported value in 2016	Exported value in 2017	Exported value in 2018	Exported value in 2019	Exported value in 2020
	World	5,540,356	6,577,450	6,567,902	7,487,512	7,328,705
+	<a href="#">United States of America</a>	4,608,879	5,465,905	5,506,252	6,302,717	6,277,251
+	<a href="#">Canada</a>	216,232	323,875	289,074	306,126	309,374
+	<a href="#">Japan</a>	193,192	221,193	206,306	242,781	238,985
+	<a href="#">China</a>	28,567	30,494	65,017	183,467	75,244
+	<a href="#">Netherlands</a>	85,301	105,612	91,432	90,421	69,103

Fuente: (Trade map)

Esta es la lista de socios comerciales de exportación del arándano, en primer lugar, Estados Unidos con un valor de 7.328.705 miles de USD, en segundo lugar, Canadá con 6.277.251 miles de USD, en tercer lugar, Japón con 309.374 miles de USD, después china y Países Bajos.

Podemos destacar que Japón es el tercer socio de México para la exportación de los arándanos, el cual nos brinda una certeza de que ya se realiza este proceso comercial y de que es bienvenido el arándano mexicano en el mercado japonés.

Figura 29 Medios de transporte más utilizados en comercio exterior en México



Fuente: (SCT, 2020)



Los tres principales transportes de mercancías en México es el marítimo, aéreo y terrestre, los cuales el 80% es el marítimo porque es el más adecuado para transportar cargas pesadas a grandes distancias, el terrestre abarca el 15% del comercio ya que puede transportar pequeñas cargas o grandes volúmenes, por último, el aéreo con el 5%, este es el más rápido y seguro, sin embargo, es el más caro de los tres.

## Capítulo 4. Análisis de mercado meta

### 4.1 Objetivo en el país meta/destino

#### Objetivos a corto plazo

Los objetivos a corto plazo son aquellos que se definen para lograr en un tiempo de 1 a 3 años y son los siguientes:

- Recuperar la inversión que se hizo para poder realizar la operación comercial
- Aumentar la satisfacción de los clientes para que aumenten las ventas

#### Objetivos a mediano plazo

Los objetivos a mediano plazo son aquellos que se definen para lograr en un tiempo de 3 a 5 años y son los siguientes:

- Subir el volumen de exportación a un 50%
- Hacer una diversificación en los productos para ofrecerle al cliente una mayor variedad
- Llegar a más puntos de venta estratégicos

#### Objetivo a largo plazo

Los objetivos a largo plazo son aquellos que se definen para lograr en un tiempo de más de 5 años y son los siguientes:

- Ser uno de los principales productos en el mercado
- Conseguir la aceptación del consumidor

### 4.2 Mezcla de mercadotecnia

La mezcla de mercadotecnia, es el conjunto de variables, el conjunto de herramientas, con las que cuenta una empresa, o un responsable de marketing, para lograr los objetivos que previamente se plantearon. La mezcla de mercadotecnia hace referencia a ese conjunto de variables que componen la estrategia de marketing de la compañía.

(Morales)

Elementos que componen la mezcla de mercadotecnia. Estos son:

- **Precio:** El precio significa un costo o un sacrificio para el cliente, con lo cual su monto determina la importancia que puede tener para el comprador la adquisición del bien o la satisfacción que le propone el mismo. El desembolso que esté dispuesto a realizar el cliente es una medida de la evaluación sobre el producto y del esfuerzo que está dispuesto a llevar a cabo para adquirirlo. En definitiva, la suma sirve para constatar la satisfacción que le proporciona, y si se los compara con otras formas de

lograrla, se puede establecer el porcentaje en que los medios alternativos lo logran; por supuesto que dicha comparación resultará siempre estimada, ya que partimos de las percepciones que tengan los consumidores y no de realidades empíricas y comprobables.

- **Producto:** El producto es un medio tangible para satisfacer las necesidades del consumidor, y el precio es la tasación del consumidor realiza por el provecho que obtiene, que debe equilibrarse con el esfuerzo que esté dispuesto a hacer de acuerdo a su valoración. Aquí se explica la necesidad que se trata de satisfacer al consumidor y los servicios relacionados que puedan ser necesarios para el disfrute del producto, los cuales mejoran y añaden valor al producto, como, por ejemplo, el servicio postventa, la garantía o el servicio técnico.
- **Promoción:** En un principio, el concepto de Promoción aplicado al marketing de productos tangibles englobó a todas las actividades de comunicación que exigía el marketing: la promoción de ventas, la fuerza de ventas, la publicidad y las relaciones públicas. Pero sobre todo en este último tiempo lo que más importancia ha adquirido para los bienes físicos es la Promoción de Ventas, ya que muchos de los mercados en que compiten tienen tasas de crecimiento relativamente bajas. Sus características fundamentales son su carácter temporal y su impacto en el volumen de ventas de corto plazo, y su uso habitual como herramienta eminentemente táctica le permite a quién la utiliza aventajar sorpresivamente a los competidores, incentivar a comprar a los consumidores e impactar positivamente en los resultados.
- **Plaza o distribución:** La variable de Distribución es la que permite que el producto llegue a las manos del consumidor, y acceda a los mercados en los cuales se comercializa para permitir la decisión de compra. La cobertura geográfica que se logre con los bienes dará mayores superficies de contacto con los usuarios, y juega habitualmente a favor de la probabilidad de compra de los mismos. Esta puesta a disposición del consumidor por parte de los empresarios permite suministrarle a aquél la posibilidad de encontrar el medio para satisfacer su necesidad, dejándole dicho producto a su alcance para que pueda obtenerlo oportunamente. (Manzuoli, 2015)

Aplicación a la tesina

### **Precio**

El precio de nuestro producto varía según la temporada en que se realizó la cosecha, sin embargo, su variación no es mucha, ya que por lo regular siempre está \$10 arriba o abajo del precio, que es \$50 por lo regular para el público.

## **Producto**

El arándano es un fruto que crece silvestre en zonas frescas. Es una baya globosa de color negro azulado que mide unos 6mm de diámetro. Su pulpa es aromática, jugosa y de sabor algo ácido. Contiene numerosas semillas pardas de pequeño tamaño. En la parte superior tiene una pequeña corona que lo distingue de la grosella negra.

El arándano que se produce en Michoacán es único en su sabor y tamaño ya que gracias al clima y la tierra que tiene este estado, es favorecedor para la fruta.

## **Promoción**

Los canales de promoción que elegí son los online.

Para los online la estrategia que elegí es estar presentes en redes sociales como crear perfiles en la red más famosa como Instagram y Facebook, estos canales son de gran alcance entre las generaciones más jóvenes y el público en general ya que cada día hay personas más conectadas y una gran ventaja es que son gratuitas.

## **Plaza**

La sede de producción está en Madero, Mich. Por lo tanto, los almacenes están ahí mismo y también están los transportes donde se enviará la mercancía hasta las aduanas correspondientes.

Además de que se usará un canal corto de solo un intermediario, ya que la fruta saldrá hacia las tiendas y después al consumidor final.

### 4.3 Estrategia de entradas

#### *Formas de internacionalización*

Las formas que una empresa puede adoptar para salir al exterior, estas se pueden clasificar en tres grandes grupos: las de exportación, las de relaciones contractuales con el exterior y, por último, las de inversión externa. De estas tres, la que representa un mayor esfuerzo e involucramiento por parte de la empresa que desea internacionalizarse, es la estrategia de inversión externa, es decir, la inversión directa en el exterior.

(Giacomozzi, 2005)

## **Exportación**

Esta es la forma de internacionalización más común de la empresa y requiere de una inversión comparativamente baja al relacionarla con las otras modalidades de salida al exterior, por lo que en este contexto las opciones de una empresa para exportar, ya sean productos y/o servicios, van de la exportación indirecta a la directa.

1) Exportación indirecta. Es la forma más simple de internacionalización de la empresa, ya que se realiza en forma indirecta, es decir, por intermedio de una tercera empresa, que es en realidad la que está exportando, no obstante, el hecho de que parte o incluso toda la producción vaya al exterior, implica que también esta empresa productora se está internacionalizando.

2) Exportación directa. Esta modalidad es más compleja que la anterior, ya que la propia empresa se encarga de la gestión de exportación en su totalidad, tanto en el país de origen como de destino, por lo que ella asume toda la responsabilidad. Es importante indicar que la modalidad de venta al exterior puede revestir diversas formas, de acuerdo a la realidad de cada empresa exportadora en su relación con sus mercados de destino.

### **Relación contractual con el exterior**

Consiste en la cesión de determinados derechos a otra empresa, la cual se encuentra ubicada en un tercer país, quedando el beneficiario obligado a las propias condiciones del contrato y a cubrir los estipendios en la forma y monto acordados.

1) Exportación con representante en el exterior. Esta modalidad es similar a la exportación directa, pero, a diferencia de ella, aquí existe un contrato con otra empresa la cual es importadora y distribuidora, y se encuentra ubicada en el país de destino para la venta de los productos exportados por, lo cual establece una relación constante en el tiempo y mayor seguridad en la colocación de los productos en el mercado de destino.

2) Licencias al exterior. Es la facultad o permiso que la empresa concede a otra entidad ubicada en un tercer país para la realización de determinadas actividades, procesos o productos, según las condiciones establecidas en la respectiva licencia.

3) Franquicias al exterior. Es el derecho que se entrega a una empresa ubicada en un tercer país con la finalidad de que ésta inicie determinadas actividades, como la producción, distribución o venta, pero en donde el franquiciador es responsable de la marca u otros aspectos estratégicos de los productos o procesos franquiciados.

4) Contratos de fabricación en el exterior. Es el acuerdo plasmado en un contrato, en donde determinada empresa entrega el derecho a fabricar y vender en un tercer país sus propios productos (o partes o piezas de ellos) a otra (subcontratación), ubicada en ese país, quedando esta última sujeta a las condiciones y obligaciones expuestas en el respectivo contrato.

5) Contratos de gestión en el exterior. Es el acuerdo establecido mediante el cual una empresa entrega la gestión de su actividad empresarial a otra empresa ubicada en un tercer país, de acuerdo a las propias condiciones y obligaciones del contrato.

## Inversión externa

Esta modalidad de internacionalización de la empresa es mucho más compleja y, normalmente implica la inversión de ingentes cantidades de dinero en los países de destino de dichas inversiones. Una de sus características fundamentales es ser de largo plazo.

- 1) Oficina de representación en el exterior. Esto es una extensión de la propia empresa en el mercado de un tercer país, mediante la implementación de una estructura organizativa que represente sus intereses comerciales en dicho país, lo cual requiere realizar las inversiones necesarias para su constitución y el desarrollo de sus actividades.
- 2) Joint-venture en el exterior. Son acuerdos entre dos o más empresas, en los cuales cada una mantiene su independencia, con la finalidad de crear una nueva organización en un tercer país distinto a la de las entidades matrices, lo que implica la inversión de una significativa cantidad de dinero. Esta inversión, desde el punto de vista de la empresa inversora, puede ser minoritaria o mayoritaria.
- 3) Consorcios en el exterior. Los consorcios pueden implicar a dos o más empresas que mantienen un contrato de Joint-venture en el exterior, y suelen estar centrados en un proyecto concreto de gran envergadura, y que requieren además de elevadas inversiones, que una empresa en particular o un grupo de ellas es muy difícil que puedan llevar a cabo.
- 4) Inversión directa en el exterior. Es cuando la empresa ubicada en un determinado país realiza una inversión directa en el mercado de un tercero, ya sea adquiriendo una empresa ya existente en el mercado o en su defecto procediendo a crear una nueva entidad; en todo caso, cualquiera que sea la modalidad de entrada de la empresa inversionista en el mercado de ese tercer país, la matriz poseerá el control de su filial.

### Aplicación a la tesina

La estrategia de entrada que elegí hacia el país destino es una exportación directa porque no requiere de tanta inversión si se compara con las demás, además de que en esta modalidad la empresa se hace cargo de la exportación en su totalidad y eso es lo que se busca.

### 4.4 Logística

La definición de logística ha evolucionado y adquiere matices diferentes, tan numerosos como el número de autores que ha abordado esta temática; el Consejo de Profesionales en Administración de la Cadena de Suministros, define la administración logística como: La parte de la administración de la cadena de suministros que planea, implementa y controla la eficiencia y efectividad del flujo, flujo de retorno y almacenamiento de bienes y servicios, y la información

relacionada, entre el punto de origen y el punto de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos del consumidor.

Otra definición se refiere a la logística como: La acción del colectivo laboral dirigida a garantizar las actividades de diseño y dirección de los flujos material, informativo y financiero, desde sus fuentes de origen hasta sus destinos finales, que deben ejecutarse de forma racional y coordinada con el objetivo de proveer al cliente los productos y servicios en la cantidad, calidad, plazos y lugar demandados, con elevada competitividad y garantizando la preservación del medio ambiente. (Cárdenas Aguirre & Urquiaga Rodríguez, 2007)

Nuestra cadena de logística consta de tres eslabones que es el abastecimiento, producción y distribución, se explicaran a continuación:

**Abastecimiento:** Es la actividad que se realiza para cubrir las necesidades de consumo de algún recurso o producto comercial, en el tiempo apropiado y de la forma adecuada.

**Producción:** Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios.

**Distribución:** La logística de distribución se encarga de que el producto o servicio llegue a tiempo para el usuario final. (Ramírez, 2015)

## Aplicación a la tesina

### Abastecimiento

Es la compra de la materia prima, tanto para el campo como para la administración, es decir, este eslabón se encarga de comprar la planta, el fertilizante, los pesticidas, las herramientas necesarias para las huertas y todo aquello que sea necesario para iniciar la etapa de producción.

### Producción

En esta área se transforma la materia, aquí las huertas empiezan a florecer y a dar el arándano, este proceso tarda alrededor de 6 meses, empieza desde la plantación y la preparación de la tierra hasta el final de la temporada que es la podada de la planta.

### Distribución

La mercancía sale de producción ya empaquetada según el gramaje y el clamshell indicado, el siguiente paso es la salida del producto hacia las aduanas, en este caso la operación comercial se hará en el puerto de Lázaro Cárdenas.

El transporte es un camión sencillo que saldrá del lugar hacia el puerto de Lázaro Cárdenas, la ruta es de casi 5 hrs. Llegando a la aduana se realiza el aduanamiento de la mercancía, ahí se presentará los documentos requeridos además de que el

importador ya contará con los documentos que certifica que, si se cuenta con controles de higiene y sanidad, tanto como en las huertas como el cumplimiento de las leyes comerciales y normas de sanidad con las que exige México.

Al momento de ser transportados y almacenados los productos deberán cumplir con un control de temperatura y bajo observación de que los alimentos se encuentran en buen estado. El incoterm elegido será el CIF o DDP y el transporte principal será el marítimo.

Para ingresar al mercado japonés, se deberá contar con la certificación de la *Japanese Agricultural Standards*, para obtenerla se debe contactar al Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón.

En el país destino el cliente se hará cargo de los demás tramites y transportes hasta llegar al consumidor final.

#### 4.5 Contenedor

Por contenedores se entiende el elemento de transporte o caja de carga que consiste en un recipiente especialmente construido para facilitar el traslado de mercaderías, como unidad de carga, en cualquier medio de transporte con la resistencia suficiente para soportar una utilización repetida y ser llenado o vaciado con facilidad y seguridad provisto de accesorios que permitan su manejo rápido y seguro en la carga, descarga y transbordo, identificable de acuerdo a las normas internacionales en forma indeleble y fácilmente visible.

(Ministerio de economía y finanzas)

##### Tipos de contenedores

- Contenedor dry van

Los contenedores Dry Van son los contenedores más utilizados, son contenedores herméticos y sin ventilación. Son apilables hasta 8 niveles y están fabricados en acero corten, lo que los hace muy robustos.

Estos contenedores tienen puertas solo en un lado y unas dimensiones estándar con una anchura de 2,40m y una altura de 2,60m. Hay dos modelos típicos según la longitud, 20 pies y 40 pies que equivalen a 6 y 12 metros respectivamente. También hay otros modelos menos utilizados como pueden ser los de 30 pies o los de 10 pies.

- Contenedor high cube

Los contenedores High Cube son muy similares a los Dry Van excepto por su altura, puesto que los contenedores High cube tienen una altura de 9'6" (2,896 metros) y los contenedores Dry Van 40' tienen 8'6" (2,591 metros). Esta altura extra resulta ideal para cargas voluminosas y sobredimensionadas.



- Contenedor open top

Los contenedores Open Top son también muy parecidos a los Dry Van, con medias de 20 y 40 pies, con la diferencia de que los Open Top no tienen techo. Al no tener techo se pueden cargar por encima haciendo más fácil la carga de mercancías pesadas o voluminosas que puede ser difícil meter por la puerta. Para tapar la mercancía se les suele poner un toldo de lona.

- Contenedor open side

Los contenedores Open Side son otro tipo de contenedores muy parecidos a los Dry Van, aunque estos últimos tienen unas grandes puertas de 4 hojas que permiten el acceso fácil a las mercancías para su carga y descarga. Los hay de 20 y 40 pies.

Son muy útiles para cargar mercancías de gran longitud que no pueden ser cargadas por las puertas normales o para poder alcanzar las mercancías del fondo sin tener que sacar todas las que están delante.

- Contenedor flat rack

El contenedor Flat Rack es un contenedor sin techo y sin paredes laterales. Se utiliza para transportar mercancías pesadas o sobredimensionadas. La mercancía es trincada mediante cadenas o cintas al flat rack.

- Contenedor tank

Los contenedores Tank son para transportar líquidos a granel. Se trata de una cisterna contenida dentro de una estructura de vigas de acero que la hacen de las mismas dimensiones que un contenedor estándar. De esta forma la cisterna puede ser manipulada y cargada en transportes como un contenedor más.

- Contenedor frigorífico / reefer

El contenedor frigorífico es un tipo de contenedor destinado al transporte de mercancías con control de temperatura, ya sea en frío o en caliente. Pueden mantener la temperatura de la mercancía desde  $-30^{\circ}\text{C}$  a  $+40^{\circ}\text{C}$ , incluso hay algunos modelos especiales que pueden llegar hasta  $-60^{\circ}\text{C}$ .

Podemos encontrar contenedores frigoríficos de 20 y 40 pies incluso algunos de 10 pies, aunque estos últimos no se suelen dedicar al tráfico de mercancías. Al igual que los otros contenedores pueden tener la altura normal o ser high cube. (Zarca S.L, 2018)

Este es un contenedor aislado térmicamente, que lleva incorporada una unidad refrigeradora que permite mantener la temperatura interior constante gracias a la circulación de aire frío. Por lo general, el aire frío es inyectado desde la pared del fondo a través de un conducto situado en la parte inferior del contenedor, y el aire caliente se recoge a través de una rejilla ubicada en la parte superior. Además,

cuentan con un sistema de ventilación que permite la entrada de aire del exterior cuando es necesario.  
(RFL, 2021)

El tipo de mercancía que se transportará es de temperatura controlada ya que irá congelada para asegurar la vida del producto y la calidad. El contenedor que se utilizara es de grupaje ya que no es necesario el contenedor completo y será un contenedor reefer.

Figura 30 Exterior del contenedor



Fuente: (RFL, 2021)

Las partes del exterior del contenedor reefer está conformada por el ventilador, el compresor, la entrada de aire, el panel de control y el cable de alimentación eléctrica.

Figura 31 Interior del contenedor



Fuente: (RFL, 2021)

Las partes del interior del contenedor reefer está conformada por la línea de carga máxima, los monitores de temperatura, los desagües, la salida del aire caliente, la entrada del aire frío y los conductos para el aire que están en el suelo.

#### 4.6 Costos

##### Lista de costos para los arándanos azules

- Renta de la tierra \$32,000.00
- Surcar tierra 700.00
- Aportación de composta 72,500.00
- Sistema de riego 60,000.00
- Acolchado 10,000.00
- Mano de obra acolchado y sistema de riego 2,800.00
- Compra de planta 336,000.00
- Siembra 30,000.00
- Riego 24,000.00
- Fertilizante 28,000.00
- Poda 4,000.00
- Jornales de planta 57,800.00
- Cosecha 210,000.00

##### Lista de costos derivados de la operación comercial

- Costo de transporte
- Costo de trámites
- Costo de certificados sanitarios
- Costos logísticos
- Viáticos

#### 4.7 Incoterms

Los Incoterms (International Commercial Terms) son parte fundamental de cualquier operación de importación o exportación.

Son los términos para acordar las responsabilidades de exportador e importador. Estos te afectan en costos, responsabilidades y contratos internacionales. (Romero, 2021)

Para cualquier medio de transporte:

- *Ex-Works (EXW)*
- *Free Carrier (FCA)*
- *Carriage Paid To (CPT)*
- *Carriage and Insurance Paid To (CIP)*
- *Delivered At Place (DAP)*
- *Delivered at Place Unloaded (DPU)*
- *Delivered Duty Paid (DDP)*

#### Para transporte marítimo

- *Free Alongside Ship (FAS)*
- *Free On Board (FOB)*
- *Cost and Freight (CFR)*
- *Cost, Insurance, and Freight (CIF)*

El incoterm que elegí es *cost, insurance and freight (CIF)*

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

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

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

Respecto al riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmitirá al comprador cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque del puerto de embarque. También el comprador deberá realizar el despacho aduanero de importación. Pagar todo el gasto que se generen desde que el vendedor entrega las mercancías hasta el punto de destino.

Este término establece que su uso será exclusivamente para el transporte marítimo y fluvial. Si las mercancías son dañadas antes de ser cargadas a bordo del buque, el vendedor es el responsable.

(Ceballos, 2019)

## 4.8 Contratos

Según el artículo 144 de la ley federal de trabajo, podemos definir los contratos como un convenio celebrado entre uno o varios sindicatos de trabajadores y varios patrones, o uno o varios sindicatos de patrones, con objeto de establecer las condiciones según las cuales debe prestarse el trabajo en un rama determinada de la industria, y declarado obligatorio en una o varias Entidades Federativas, en una o varias zonas económicas que abarquen una o más de dichas Entidades, o en todo el territorio nacional.

(Ordz, 2021)

De acuerdo al artículo 1794 del Código Civil Federal tiene dos elementos de existencia:

1. El consentimiento: se refiere a la manifestación de la voluntad de las partes, ya sea de forma expresa o de forma tácita.
2. El objeto: se refiere en primer lugar a objetos materiales como pueden ser bienes, como también se refiere al propósito del contrato es decir la obligación que se crea, por ejemplo, en un contrato de arrendamiento el objeto sería el bien arrendado, pero también sería el derecho a usar el bien y la obligación de pagar la renta

Los elementos de validez se obtienen de la interpretación en sentido contrario del artículo 1795 del Código Civil Federal y estas son: la capacidad de las partes, el consentimiento libre de vicios, un objeto lícito y la formalidad o solemnidad requerida por la ley.

### **Clasificación de los contratos**

- Unilaterales y bilaterales

Los contratos no necesariamente obligan a ambas partes, cuando solo una de las partes se obliga se conoce como unilateral, en oposición a los bilaterales donde las obligaciones son para todas las partes.

- Onerosos y gratuitos

Cuando en el contrato hay beneficios y obligaciones para todos los intervinientes se le llama oneroso; cuando el provecho es solo para una de las partes el contrato se considera gratuito. Los contratos onerosos pueden ser conmutativos que es cuando los beneficios o pérdidas son apreciables desde que se celebra. Son aleatorios cuando dependen de algún hecho que no ha ocurrido y hasta que no ocurra no se podrá saber los montos o cuantías de los beneficios o pérdidas.

- Conmutativos y aleatorios

Se le considera contrato conmutativo al que en su celebración se conocen las ventajas o pérdidas económicas que resienten las partes contratantes. Ejemplo: Contrato de compraventa donde el vendedor sabe si el precio fijado representa para él una ventaja o una pérdida económica y el comprador tiene pleno conocimiento sobre los efectos económicos que representa el precio.

Se le define al contrato aleatorio al que la prestación está determinada pero no se sabe al momento de la celebración quien va a ser el ganancioso o perdedor sino hasta el momento en que se produzca el acontecimiento. Ejemplo: Una apuesta.

- Principales y accesorios

Los contratos principales son aquellos que para su existencia y validez no requieren de la concurrencia de ningún otro contrato. Ejemplo: contrato de compraventa. Por otro lado, los contratos accesorios son aquellos que para su existencia se requiere necesariamente de la existencia de un contrato principal; estos contratos normalmente se constituyen con efectos de garantía. Ejemplo: Contratos de fianza, prenda e hipoteca

- Instantáneos y de tracto sucesivo

Pueden ser los contratos de tracto sucesivo o instantáneos, en los primeros las obligaciones se cumplen a lo largo de un tiempo, mientras que en los segundos se llevan a cabo en un solo acto.

- Consensuales y formales o solemnes

Son los que no requieren más que el consentimiento; formales, aquellos que se perfeccionan por escrito; y solemnes, estos últimos requieren una formalidad específica, por lo general el contrato solemne por excelencia es el matrimonio.

- Públicos y privados

El derecho contempla la posibilidad de un contrato privado. Consiste en que dos individuos plasman en un documento las características de un acuerdo. En el contrato privado no interviene la administración pública; por ejemplo, a través de la figura del notario. El contrato privado tiene plena validez jurídica y su incumplimiento puede provocar un conflicto legal que deberá resolverse en los tribunales de justicia.

- Nominados o típicos e innominados o atípicos

son típicos aquellos que se encuentran especialmente previsto y regulado en la ley como la compraventa y los atípicos son aquellos no se encuentra especialmente previsto y regulado en la ley, como el contrato de claqué. (Conceptos jurídicos)

## Elementos de un contrato

- Identificación de las partes

los datos de las empresas implicadas, a qué se dedican y los datos de las personas que firman el acuerdo en representación de la empresa. Cerciórate que esta persona está capacitada para representar a la empresa, pues en caso contrario el acuerdo podría considerarse nulo.

- El servicio a prestar.

Especifica cuál es el servicio que se va a prestar, en qué consiste exactamente y cuál es su propósito final. Si se trata de la realización de un determinado tipo de obras, encargarse de la distribución o de la gestión de las finanzas.

- Duración del servicio.

Ésta variará en función de la naturaleza del servicio. Concreta una fecha de inicio y una de fin, si la tuviera. Si se trata de la prestación de un servicio de manera indefinida, es aconsejable reflejar las causas y forma para poder extinguir el acuerdo.

- Honorarios.

Concreta el importe del servicio, si será abonado a plazos y en qué condiciones. Conviene aclarar si en él se han incluido los impuestos correspondientes, para evitar conflictos. Si el servicio va a tener una duración concreta, se pueden acordar pagos antes de finalizar la actividad objeto de contrato. Si va a perdurar de manera indefinida en el tiempo, lo razonable es que se abone el importe mensualmente.

- Condiciones contrato.

Para evitar malentendidos, concretar cada una de las obligaciones que deben cumplir ambas partes, desde. Por ejemplo, si para el correcto cumplimiento del servicio es necesario comprar algún tipo de material concreto, se debe especificar quién correrá con los gastos, si está incluido en el presupuesto inicial o el cliente se hará cargo.

- Incumplimiento del contrato.

Es importante que acordéis las consecuencias de no cumplir lo establecido en el documento. De esta forma ambos sabréis a lo que estáis expuestos en este supuesto.

- Firma.

En ningún contrato puede faltar la firma, que le otorga validez al contrato. (EAE Business School, 2021 )

## **Tres tipos principales de cláusulas**

Basándose en la legislación Civil, la doctrina distingue tres tipos de cláusulas:

### 1) Cláusulas esenciales

Estos son el objeto y el consentimiento, ya que sin el propósito del contrato y la voluntad de que este se celebre sería imposible.

### 2) Cláusulas naturales o sustitutas

Son aquellas cuya presencia en el contrato existe incluso sin que su texto se incluya en el mismo, sirven para completar la voluntad de las partes previniendo los diversos supuestos que suelen darse al momento de dar cumplimiento a un contrato, como pagos, entregas, incumplimientos, etcétera.

### 3) Cláusulas accidentales

Son aquellas que modifican las cláusulas sustitutas o incluso las eliminan, representan la voluntad específica de las partes al establecer sus propias reglas para el cumplimiento de las obligaciones.

(Conceptos jurídicos)

## **Contratos en el comercio internacional**

Los contratos que operan en el comercio internacional son los mercantiles.

Los contratos mercantiles son aquellos acuerdos de voluntades entre dos o más personas para producir o transferir derechos y obligaciones. Y esta definición es tomada del Derecho Civil, ya que en materia Mercantil no existe una definición propia para los contratos ni en la doctrina ni en la legislación.

En ocasiones los sujetos de las relaciones jurídicas que realizan actos de comercio entran en duda o conflicto respecto a la naturaleza del contrato que están por celebrar o han celebrado, es decir, desconocen si el contrato se reputa civil o mercantil.

Los contratos mercantiles pueden ser celebrados por aquellas personas físicas y morales que tienen capacidad legal y que no estén impedidas expresamente por la ley para ejercer el comercio, esto es, por comerciantes. Además, los contratos mercantiles son aquellos que se celebren respecto de objetos de naturaleza mercantil.

Los contratos mercantiles se encuentran regulados por el Código de Comercio y demás leyes mercantiles, y a falta de disposición expresa, será aplicable el Código Civil en Materia Federal.



En derecho se consideran comerciantes:

- Las personas físicas y morales con capacidad para contratar y obligarse, que hacen del comercio su profesión habitual, y a quienes las leyes no les prohíben expresamente la profesión de comercio.
- Las sociedades constituidas conforme a las leyes mercantiles.
- Las sociedades extranjeras, sus agencias y sucursales, que ejerzan actos de comercio en México.  
(Justicia México, 2021)

## Capítulo 5. Proyecciones Financieras

### 5.1 Estados financieros ¿qué son y para qué sirven?

Los estados financieros representan el producto final del proceso contable y tienen por objeto, presentar información financiera para que los diversos usuarios de los estados financieros puedan tomar decisiones eficientes y oportunas. Ahora bien, la información financiera que tales usuarios requieren se enfoca primordialmente en la:

- a. Evaluación de la rentabilidad.
- b. Evaluación de la posición financiera, que incluye su solvencia y liquidez.
- c. Evaluación de la capacidad financiera de crecimiento.
- d. Evaluación del flujo de fondos.

El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, desempeño y cambios en la situación financiera para asistir a una amplia gama de usuarios en la toma de decisiones económicas.  
(Molina, 2013)

Para la aplicación de la tesina, la inversión se recuperará alrededor de dos años.

### 5.2 Escenario pesimista del primer y segundo año

#### *Estado de resultados*

Primer año	
escenario pesimista	
ventas netas/ ganancia	\$ 320,000.00
devoluciones de venta	-
<b>venta neta</b>	<b>320,000.00</b>
gasto de producción	800,000.00
<b>costo producción</b>	<b>800,000.00</b>
incoterm	19,300.00
costo de exportación	31,700.00
<b>gasto de exportación</b>	<b>51,000.00</b>
utilidad neta antes de impuestos	- 531,000.00

En este escenario la ganancia es del 40%, con el valor factura de \$800,000.

Segundo año	
escenario pesimista	
ventas netas/ ganancia	\$ 560,000.00
devoluciones de venta	-
<b>venta neta</b>	<b>560,000.00</b>
gasto de producción	200,000.00
<b>costo producción</b>	<b>200,000.00</b>
incoterm	19,300.00
costo de exportación	31,700.00
<b>gasto de exportación</b>	<b>51,000.00</b>
utilidad neta antes de impuestos	309,000.00

En este escenario la ganancia es del 40%, con el valor factura de \$1, 400,000, porque el segundo año la planta da más producto porque alcanza gran parte de su madurez.

#### *Punto de equilibrio*

Primer año	
escenario pesimista	
ventas	320,000.00
costo fijo	800,000.00
costo variable	51,000.00
monetario	
punto de equilibrio	951,672.00
unidades	
precio unitario (clamshell 100g)	140.00
costo unitario	800.00
costo fijo	800,000.00
punto de equilibrio	4,571,428.57

Mi punto de equilibrio en el monetario es de \$951,672 pesos y en unidades es de 4,571,428 en el primer año.

Segundo año	
escenario pesimista	
venta neta	560,000.00
costo fijo	200,000.00
costo variable	51,000.00
monetario	
punto de equilibrio	220,039.00
unidades	
precio unitario (clamshell 100g)	140.00
costo unitario	200.00
costo fijo	200,000.00
punto de equilibrio	285,714.29

Mi punto de equilibrio en el monetario es de \$220,0039 pesos y en unidades es de 285,714 en el segundo año. El valor factura es de 1,400,000 en el segundo año

### 5.3 Escenario normal del primer y segundo año

#### *Estado de resultados*

Primer año	
escenario normal	
ventas netas/ ganancia	\$ 400,000.00
devoluciones de venta	-
<b>venta neta</b>	<b>400,000.00</b>
gasto de producción	800,000.00
<b>costo producción</b>	<b>800,000.00</b>
incoterm	19,300.00
costo de exportación	31,700.00
<b>gasto de exportación</b>	<b>51,000.00</b>
utilidad neta antes de impuestos	- 431,700.00

En este escenario la ganancia es del 50%, con el valor factura de \$800,000.

Segundo año	
escenario normal	
ventas netas/ ganancia	\$ 700,000.00
devoluciones de venta	-
<b>venta neta</b>	<b>700,000.00</b>
gasto de producción	200,000.00
<b>costo producción</b>	<b>200,000.00</b>
incoterm	19,300.00
costo de exportación	31,700.00
<b>gasto de exportación</b>	<b>51,000.00</b>
utilidad neta antes de impuestos	449,000.00

En este escenario la ganancia es del 50%, con el valor factura de \$1, 400,000, porque el segundo año la planta da más producto porque alcanza gran parte de su madurez.

### *Punto de equilibrio*

Primer año	
escenario normal	
ventas	400,000.00
costo fijo	800,000.00
costo variable	51,000.00
monetario	
punto de equilibrio	916,905.44
unidades	
precio unitario (clamshell 100g)	150.00
costo unitario	800.00
costo variable	800,000.00
punto de equilibrio	4,266,666.67

Mi punto de equilibrio en el monetario es de \$916,905 pesos y en unidades es de 4,266,666 en el primer año.

Segundo año	
valor factura	1,400,000.00
escenario normal	
venta neta	700,000.00
costo fijo	200,000.00
costo variable	51,000.00
monetario	
punto de equilibrio	199,999.93
unidades	
precio unitario (clamshell 100g)	150.00
costo unitario	200.00
costo fijo	200,000.00
punto de equilibrio	266,666.67

Mi punto de equilibrio en el monetario es de \$199,999 pesos y en unidades es de 266,666 en el segundo año. Con un valor factura de 1,400,000.

#### 5.4 Escenario optimista del primer y segundo año

##### *Estado de resultados*

Primer año	
escenario positivo	
ventas netas/ ganancia	\$ 480,000.00
devoluciones de venta	-
<b>venta neta</b>	<b>480,000.00</b>
gasto de producción	800,000.00
<b>costo producción</b>	<b>800,000.00</b>
incoterm	19,300.00
costo de exportación	31,700.00
<b>gasto de exportación</b>	<b>51,000.00</b>
utilidad neta antes de impuestos	- 371,000.00

En este escenario la ganancia es del 60%, con el valor factura de \$800,000.

Segundo año	
escenario optimista	
ventas netas/ ganancia	\$ 840,000.00
devoluciones de venta	-
<b>venta neta</b>	<b>840,000.00</b>
gasto de producción	200,000.00
<b>costo producción</b>	<b>200,000.00</b>
incoterm	19,300.00
costo de exportación	31,700.00
<b>gasto de exportación</b>	<b>51,000.00</b>
utilidad neta antes de impuestos	589,000.00

En este escenario la ganancia es del 60%, con el valor factura de \$1, 400,000, porque el segundo año la planta da más producto porque alcanza gran parte de su madurez.

#### *Punto de equilibrio*

Primer año	
escenario optimista	
ventas	480,000.00
costo fijo	800,000.00
costo variable	51,000.00
monetario	
punto de equilibrio	895,104.00
unidades	
precio unitario (clamshell 100g)	160.00
costo unitario	800.00
costo fijo	800,000.00
punto de equilibrio	4,000,000.00

Mi punto de equilibrio en el monetario es de \$895,104 pesos y en unidades es de 4,000,000 en el primer año.

Segundo año	
escenario optimista	
venta neta	840,000.00
costo fijo	200,000.00
costo variable	51,000.00
monetario	
punto de equilibrio	212,927.00
unidades	
precio unitario (clamshell 100g)	160.00
costo unitario	200.00
costo fijo	200,000.00
punto de equilibrio	250,000.00

Mi punto de equilibrio en el monetario es de \$212,927 pesos y en unidades es de 250,000 en el segundo año. Con un valor factura de 1,400,000.



## Capítulo 6. Entrevista

Para fines de este proyecto se entrevistó a un empresario dedicado a exportar al mercado asiático, con una experiencia de más de 10 años.

La entrevista tuvo lugar el 21 de diciembre de 2021, donde nos da a conocer su experiencia, su punto de vista sobre el mercado japonés y algunos consejos de como negociar con el japonés.

### 6.1 Introducción

“Buenas tardes soy Julio Rodríguez soy licenciado en comercio internacional y soy director de operaciones de una empresa que exporta al mercado asiático desde hace más de 10 años en especial Japón, nuestro principal producto es aguacate, pero hemos mandado algunas otras frutas también.

Yo creo que lo más importante cuando empieza una relación con los japoneses es contar con mucha honestidad, además de que también conozcas bien los procesos que tienes que realizar, por ejemplo, en los aguacates te platicaría desde que empieza la cosecha hasta que los entrego en su destino, por ejemplo, en cómo van los contenedores, cómo van las cajas y que dicen, el peso y todo eso.

Con los japoneses deben de cuidar siempre todos los detalles que envuelven y el saber por qué cuando algo sale mal, entonces creo que ahí está la parte importante del saber al 100% lo que estás haciendo.

Una recomendación o consejo para los exportadores a Japón, desde el primer lugar antes de que vayan a mandar algo puedan irse de una vuelta y conocer nivel de calidad que manejan y los precios que al consumidor llegan los productos porque mencionan los precios porque son precios muy altos que por lo mismo ellos demandan una calidad muy excelente como los tipos de empaque, la publicidad que puedas hacer dentro de tu marca, creo que todo es importante y hay que estar bien atentos a que este no es un mercado como el de Estados Unidos, es un mercado mucho más especializado que se preocupa aún más todavía por la salud de su gente entonces ellos te van a cuidar siempre mucho la residualidades de químicos, también de las medidas de inocuidad que tengas en huerto, en empaque

y todo ese tipo de certificaciones son las que hay que tener siempre y de los mayores estándares pero mi mayor recomendación es primero ir a ver y ya después decidir qué es lo que se puede hacer siempre con mucha honestidad.”

## 6.2 Preguntas

Se diseñó una encuesta, la cual se encuentra en los anexos de esta tesina, con la cual se pretende adquirir experiencia en la exportación, tomar en cuenta la opinión de un exportador experimentado en el mercado japonés que también nos interesa a nosotros y conocer su punto de vista respecto de la factibilidad del presente proyecto.

Por lo tanto, se incluye aquí las preguntas y respuestas proporcionadas por dicho empresario:

1. Considera usted que la fruta de México cumple con los estándares de calidad a nivel internacional?

Considero que sí cumplimos con muy buena calidad, dependiendo del mercado al que estemos llegando, ya que cada uno de los mercados es diferente pero el estándar de México puede estar en cualquiera de los mercados del mundo.

2. Además de Estados Unidos, usted considera que los empresarios mexicanos deben de ir hacia otros mercados internacionales? Tales como Japón

Siempre es muy cómodo para el exportador mexicano el mandar frutas a Estados Unidos por la cercanía que hay, pero sí es muy importante también que busquemos más mercados porque a través de los años hemos encontrado barreras o han intentado cerrar el paso a algunos productos del mercado de Estados Unidos, entonces Japón se convierte en un país muy atractivo porque también se cuenta con un tratado de libre comercio, el cual creo que debe de ser explotado más a fondo por parte de México.

- 3.Cuál cree usted que son los principales atractivos del mercado japonés para las empresas mexicanas?

El mercado japonés es muy complejo, en el cual podemos aprender mucho como productores empacadores mexicanos, creo que unas de las principales

fortalezas o atractivos pueden ser los precios que pueda gozar el producto en el país y además de eso creo también que llegar a un mercado como Japón hace también que seas más competitivo por todas las exigencias de los compradores.

4. Cuál cree usted que son las principales barreras comerciales para llegar al mercado japonés?

Barreras comerciales como tal no tenemos como lo mencioné en algunas preguntas atrás porque se tiene un tratado de libre comercio, yo podría decir que puede ser la barrera cultural por la diferencia de horario y la distancia que existe entre los dos países.

5. Cuál cree usted que sea la parte complicada del proceso de exportación?

Lo que yo creo en el caso arándano muy específicamente me iría a la parte de logística, a la parte de la distancia y en cómo han aumentado los fletes los últimos seis meses que se han casi duplicado, creo que ahí sería una de las partes que es difícil. De las partes de inocuidad creo que no hay ningún problema porque se cuentan con las certificaciones dentro del campo en México entonces no debe tener ningún problema.

6. Considera usted que los pequeños productores de arándano que quieran empezar un proceso de exportación tengan futuro?

Depende que tan pequeños sean, ahí lo que podría hacer es que se juntaran algunos ya que lo importante aquí es que ellos puedan ser capaces de juntar por lo menos un contenedor para que les sea redituable, mucha de exportación que se hace hoy en día, es por avión, pero sabemos bien que el arándano tiene la capacidad para viajar las 3 semanas de tránsito que hay entre México y Japón sin ningún problema.

7. Sabe usted si el arándano mexicano tiene buena aceptación en Japón en relación de otras frutas de otros países?

Bueno yo creo que sí, el arándano mexicano poco a poco ha ido ocupando un lugar en los estantes de los supermercados en Japón, sobre todo por la ventana en la que estamos, donde otros países no son capaces de enviar sus productos, entonces cubre una buena ventana que puede ser de dos meses que pueda ser muy atractivo para el japonés la fruta mexicana.

8. Considera usted que es viable la exportación de arándano de México a Japón, Si, no ¿Por qué?

Sí considero que es viable siempre y cuando se cuente con una buena ventana de precio para poder justificar el riesgo de demandar la fruta tan lejos, creo siempre también que el mercado japonés es muy atractivo por los hábitos sanos de consumo que tienen, es uno de los países que más fruta consume en el mundo.

9. ¿Qué recomendaciones tiene para las empresas mexicanas que van a empezar a exportar hacia Japón?

Yo creo que la parte más importante de recomendación es tener mucha apertura de lo que te puedan ellos recomendar porque es gente que le gusta conocer los procesos, conocer el proceso de exportación de principio a fin, también creo que es muy importante mencionar que todo este acompañamiento que ellos hacen, nunca dejan de cuidar la calidad del producto y también como recomendación es ser muy sinceros y honestos con lo que podamos o no hacer dentro de lo que vayamos a enviar.

### 6.3 Conclusión

Al concluir la entrevista podemos destacar el enriquecimiento que aporta a este proyecto ya que el mismo el mismo dice que si es viable este proyecto por las condiciones del mercado japonés , por la ventana que tiene México ante otros países que aún no han sido capaces de exportar frutas tan delicadas como lo es el arándano, también por la excelente calidad que tiene la fruta de México y el precio, además cabe destacar que se mencionó que Japón es uno de los principales países en consumir frutas y es un país que preocupa por la salud de su población.

Cabe mencionar que el Lic. Julio nos da valiosos consejos como es el ser honestos a la hora de negociar con los japoneses en lo que les puedes ofrecerles o no, al igual que su recomendación es primero conocer Japón y su cultura, ya que uno de los énfasis es dar a conocer las barreras que hay entre ambos países, donde las únicas que se encontraron fueron las barreras culturales, al igual que darles a conocer el proceso al 100% porque es un país que demanda la excelencia.

## Conclusión general

El objetivo de esta tesina es dar a conocer como se realiza una exportación y si el proyecto es viable para llevarlo a cabo. A lo largo del documento se dio a conocer lo que es el arándano, sus múltiples beneficios y por qué el boom de esta fruta a nivel internacional, así mismo se dio a conocer el panorama que tiene México para responder la demanda de esta fruta a mercados diferentes al de Estados Unidos, y se habló sobre la excelente calidad y lo bien que es aceptado la fruta de México en mercados internacionales.

También se dio a conocer el comercio de Japón, como los productos principales de importación y exportación, al igual que sus socios comerciales, del cual destacamos que México es parte de los principales socios comerciales en las importaciones con productos como maquinaria eléctrica, circuitos, partes de vehículos, minerales y aceites, entre otros productos.

Así como México es importante para Japón en el sentido comercial, también Japón representa ser un gran socio comercial para México, ya que es el tercer país que exporta arándano y otros productos como los minerales de cobre, receptores de radio, aguacate, entre otros productos.

Las regulaciones arancelarias y no arancelarias también fueron un punto clave para la viabilidad de este proyecto, gracias al tratado comercial que existe entre ambas naciones, puesto que a México se le aplica el arancel preferencial y para las regulaciones no arancelarias el campo mexicano cumple con todas las normativas que pide la aduana japonesa ya que son estrictos con químicos, fertilizantes y todo aquello que pueda perjudicar la salud.

Los estados financieros fueron otro punto clave para la viabilidad de este proyecto porque la ganancia de este proyecto no se recuperará hasta el segundo año de cosecha porque la planta alcanza su maduración en el segundo año, lo que se busco fue plantear tres escenarios; el optimista, el pésimo y el normal para así poder recuperar la inversión inicial y obtener ganancias.

Conforme se fue realizando la investigación fuimos sabiendo poco a poco como se lleva a cabo el proceso comercial, al mismo tiempo se vio los diferentes mercados internacionales para el arándano, así como el proceso de producción en las huertas, la logística y otros detalles importantes destacados en este documento.

Consideramos una enorme factibilidad para la exportación de nuestro producto a Japón y por ello, también quisimos entrevistar a un empresario con la experiencia suficiente en ese mercado y para el producto, con la idea de que nos aportaran a esta tesina elementos externos para verificar esta posible factibilidad del proyecto.

## Anexos

### Preguntas:

1. Considera usted que la fruta de México cumple con los estándares de calidad a nivel internacional?
2. Además de Estados Unidos, usted considera que los empresarios mexicanos deben de ir hacia otros mercados internacionales? Tales como Japón
3. Cuál cree usted que son los principales atractivos del mercado japonés para las empresas mexicanas?
4. Cuál cree usted que son las principales barreras comerciales para llegar al mercado japonés?
5. Cuál cree usted que sea la parte complicada del proceso de exportación?
6. Considera usted que los pequeños productores de arándano que quieran empezar un proceso de exportación tengan futuro?
7. Sabe usted si el arándano mexicano tiene buena aceptación en Japón en relación de otras frutas de otros países?
8. Considera usted que es viable la exportación de arándano de México a Japón, Si, no ¿Por qué?
9. ¿Qué recomendaciones tiene para las empresas mexicanas que van a empezar a exportar hacia Japón?

Anexo de audio de la entrevista





## Bibliografía

- Aduana. (s.f.). *Clasificación arancelaria* . Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=811101000&Desc=>
- Aneberries. (2021). *Las pequeñas frutas de un gran país*. Obtenido de <https://www.aneberries.mx/>
- Aneberries asociados . (2016). Obtenido de <http://www.aneberries.mx/asociados>
- Anónimo. (2020). *Alemania* . Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/pib/alemania>
- Anónimo. (2020). *Emiratos Árabes Unidos*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/emiratos-arabes-unidos>
- Anónimo. (2020). *Japón* . Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/pib/japon#:~:text=El%20PIB%20de%20Jap%C3%B3n%20aumenta,3%25%20respecto%20al%20trimestre%20anterior.&text=La%20variación%20interanual%20del%20PIB,del%20%2D10%2C3%25>.
- Anónimo. (s.f.). *Arándano, vaccinium myrtillus* . Recuperado el 10 de 02 de 2021, de <https://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Presentacion-Arandano.html#:~:text=El%20ar%C3%A1ndano%20es%20un%20fruto,como%20acompañamiento%20de%20diversos%20platos>.
- Anónimo. (s.f.). *Defina la fracción arancelaria de su producto*. Recuperado el 10 de 11 de 2020, de [http://www.economia-snci.gob.mx/sic\\_php/pages/guias/7-1.php](http://www.economia-snci.gob.mx/sic_php/pages/guias/7-1.php)
- Anónimo. (s.f.). *Significado de Objetivo de investigación*. Recuperado el 14 de septiembre de 2020, de <https://www.significados.com/objetivo-de-investigacion/>
- Arándanos en Gráficos: México con los envíos más altos de su historia a EE.UU.* (07 de 05 de 2019). Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2019/05/07/arandanos-en-graficos-mexico-con-los-envios-mas-altos-de-su-historia-a-ee-uu/>
- Blueberries. (24 de 01 de 2018). *Resumen del mercado global del arándano*. Obtenido de <https://blueberriesconsulting.com/resumen-del-mercado-global-del-arandano-enero-2018/>
- Blueberries Magazine. (04 de 01 de 2021). *Berry Business de 2020: resumen y previsiones para 2021*. Obtenido de <https://blueberriesconsulting.com/berry-business-de-2020-resumen-y-previsiones-para-2021/>
- Cárdenas Aguirre, D. M., & Urquiaga Rodríguez, A. J. (2007). *Logística de operaciones: integrando las decisiones estratégicas para la competitividad* . Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433562006>

Ceballos, A. (04 de 10 de 2019). *Incoterm CIF: ¿qué es?* Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/que-es-incoterm-cif/>

Centro de Comercio Internacional . (s.f.). *Medidas no arancelarias*. Obtenido de <https://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/medidas-no-arancelarias/>

Comtrade. (s.f.). *Japan*. Obtenido de <https://comtrade.un.org/db/syslogin.aspx?ReturnUrl=%2fdb%2fce%2fceSearch.aspx%3fit%3dType%2bcommodity%2btext%2bhere%26rg%3d2%26r%3d392%26p%3d0%26y%3drecent%26px%3dH5&it=Type+commodity+text+here&rg=2&r=392&p=0&y=recent&px=H5>

Conceptos juridicos. (s.f.). *Contrato*. Obtenido de <https://www.conceptosjuridicos.com/mx/contrato/>

DOFF. (31 de 10 de 2000). *Normas Oficiales Mexicanas Fitosanitarias*. Obtenido de <http://legismex.mty.itesm.mx/normas/fito/fito034em.pdf>

EAE Business School. (2021 ). *Características del contrato mercantil de prestación de servicios*. Obtenido de <https://www.eaprogramas.es/blog/negocio/recursos-humanos/caracteristicas-del-contrato-mercantil-de-prestacion-de-servicios>

El País. (15 de 11 de 2021). Obtenido de <https://elpais.com/economia/2021-11-15/la-economia-de-japon-vuelve-a-caer-por-los-confinamientos-y-la-ruptura-de-la-cadena-de-suministros.html>

Fall Creek. (2021). *Sirviendo a los Principales Productores*. Obtenido de <https://www.fallcreeknursery.com/es>

Fresh Seasons. (14 de Febrero de 2020). Obtenido de <https://freshseasons.com.mx/blog/industria-de-las-berries>

Giacomozzi, A. M. (08 de 2005). *Causas de la internacionalización de la empresa*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41304504>

Global Trade. (2020). Obtenido de <http://globaltrade.com.mx/>

Global trade helpdesk. (s.f.). Recuperado el 13 de enero de 2022, de <https://globaltradehelpdesk.org/es/export-081040-from-mx-to-jp/identify-partners/business-directory>

Global Trade Helpdesk. (s.f.). Obtenido de <https://globaltradehelpdesk.org/es/export-081040-from-mx-to-jp/identify-partners/business-directory>

Global Trade Helpdesk. (2020). *Alemania* . Obtenido de <https://globaltradehelpdesk.org/es/export-081040-from-mx-to-de/market-overview>

Global Trade Helpdesk. (2020). *Emiratos árabes* . Obtenido de <https://globaltrahelpdesk.org/es/export-081040-from-mx-to-ae/market-overview>

Global Trade Helpdesk. (2020). *Japón*. Obtenido de <https://globaltrahelpdesk.org/es/export-081040-from-mx-to-jp/market-overview>

Gobierno de México . (s.f.). *SIAMI 5.0*. Obtenido de <http://www.economia-snci.gob.mx/>

Gutiérrez, M. M., & Sánchez, M. S. (07 de 2014). *Producción y exportación de arandanos para Estados Unidos* . Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56015291/Tesis\\_Final\\_2015.pdf?1520655052=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTesis\\_Final.pdf&Expires=1613336640&Signature=S4rAD3-0wXKonJgN7sCR1FI3Huq4tJNmEa1mUeuRUUXB0yJVlbLBfudcAD6o~ijJej~47LG~IDf1Stvf](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56015291/Tesis_Final_2015.pdf?1520655052=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTesis_Final.pdf&Expires=1613336640&Signature=S4rAD3-0wXKonJgN7sCR1FI3Huq4tJNmEa1mUeuRUUXB0yJVlbLBfudcAD6o~ijJej~47LG~IDf1Stvf)

Japan Customs . (s.f.). *Permiso de importación*. Obtenido de <https://www.customs.go.jp/english/procedures/m49040/fg.htm>

Japan Customs. (s.f.). *Esquema de los procedimientos de despacho de importación (FAQ)*. Obtenido de [https://www.customs.go.jp/english/c-answer\\_e/imtsukan/1101\\_e.htm](https://www.customs.go.jp/english/c-answer_e/imtsukan/1101_e.htm)

JETRO. (s.f.). Recuperado el 13 de enero de 2022, de [https://www.customs.go.jp/english/tariff/2022\\_1\\_1/data/e\\_08.htm](https://www.customs.go.jp/english/tariff/2022_1_1/data/e_08.htm)

Jetro . (s.f.). *Japan Import Statistics from Mexico*. Obtenido de [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/mexico/Estadisticas/Prod\\_Exp\\_a\\_Jap.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/mexico/Estadisticas/Prod_Exp_a_Jap.pdf)

Jetro . (s.f.). *Japan's Tariff Schedule as of october 22 2021*>. Obtenido de [https://www.customs.go.jp/english/tariff/2021\\_10\\_22/data/e\\_08.htm](https://www.customs.go.jp/english/tariff/2021_10_22/data/e_08.htm)

Jetro . (s.f.). *Normas y reglamentaciones*. Obtenido de <https://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations.html>

Jetro. (s.f.). *Japan Import Statistics from Mexico*. Obtenido de [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/mexico/Estadisticas/Prod\\_Exp\\_a\\_Jap.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/mexico/Estadisticas/Prod_Exp_a_Jap.pdf)

Jetro. (s.f.). *Japón: Comercio con México*. Obtenido de <https://www.jetro.go.jp/mexico/Estadisticas/>

Justicia México. (2021). *Contratos Mercantiles*. Obtenido de <https://mexico.justia.com/derecho-mercantil/contratos-mercantiles/>

Leiva, M. R. (12 de 2017). *FODA: Matriz o Análisis FODA*. Obtenido de [https://www.analisisfoda.com/#%C2%BFComo\\_se\\_realiza\\_un\\_analisis\\_FODA](https://www.analisisfoda.com/#%C2%BFComo_se_realiza_un_analisis_FODA)

- Linguee. (s.f.). *Japanese ministry of agriculture, forestry and fisheries*. Obtenido de <https://www.linguee.com/english-spanish/translation/japanese+ministry+of+agriculture%2C+forestry+and+fisher>
- Link, S. (17 de Agosto de 2021). *¿Cuál Es El Transporte De Mercancías Más Usado En México?* Obtenido de <https://www.safelinkmexico.com/cual-es-el-transporte-de-mercancias-mas-usado-en-mexico/>
- Mac Map. (2020). Obtenido de <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=392&partner=484&product=081040&level=6>
- Manzuoli, J. P. (09 de 2015). *Mix de marketing ampliado*. Obtenido de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/2384/1/mix-marketing-ampliado-manzuoli.pdf>
- Mercado mundial de arándano 2020*. (18 de 06 de 2020). Obtenido de <https://chilealimentos.com/mercado-mundial-del-arandano-ano-2020/>
- Ministerio de economía y finanzas. (s.f.). *Contenedores*. Obtenido de <https://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/2542/8/innova.front/contenedores-definicion.html>
- Molina, M. M. (05 de 2013). *Análisis e interpretación de los estados financieros* . Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34155673/analisis-estados-financieros-primeras-paginas-with-cover-page.pdf?Expires=1622770355&Signature=bGDAsn9xwj-Dp6-QuCo-qAOMJYNsVVJIVHEA5nlujN7WqhwprXh-U1n7s2hsD9D9Thk3tfD4cL3hRZbMKAqQg4stmX-k9-d3U-7WChgkus~1cjXw2>
- Morales, F. C. (s.f.). *Mezcla de mercadotecnia*. Recuperado el 10 de 02 de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/mezcla-de-mercadotecnia.html>
- Ordz, G. D. (30 de 03 de 2021). *Ley federal del trabajo* . Obtenido de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125\\_300321.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125_300321.pdf)
- Organización Mundial de la Salud. (2007). *Codex alimentarius*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a1389s/a1389s.pdf>
- Portal Frutícola. (19 de 07 de 2021). *Pese a pandemia, industria mexicana de berries mantiene su crecimiento en 2020 y 2021*. Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2021/07/19/pase-a-pandemia-industria-mexicana-de-berries-mantiene-su-crecimiento-en-2020-y-2021/>
- QuestionPro. (s.f.). *¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla?* Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

- Ramírez, A. C. (2015). *Logística comercial internacional*. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=H\\_31DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=cadena+logistica+internacional&ots=qXo6WlcYoV&sig=CoBnr4ciOHMliR03sdUSz4WGi00#v=onepage&q=cadena%20logistica%20internacional&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=H_31DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=cadena+logistica+internacional&ots=qXo6WlcYoV&sig=CoBnr4ciOHMliR03sdUSz4WGi00#v=onepage&q=cadena%20logistica%20internacional&f=false)
- RFL. (2021). Obtenido de <https://rflcarga.com/funcionamiento-contenedor-reefer/>
- Rivera, D. O. (s.f de s.f de s.f). “*LOS CONCEPTOS DE MISIÓN, VISIÓN Y PROPOSITO ESTRATEGICO*”. Recuperado el 14 de septiembre de 2020, de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53655475/Mision\\_\\_Vision\\_y\\_Proposito\\_Estrategico.pdf?1498402538=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLLOS\\_CONCEPTOS\\_DE\\_MISION\\_VISION\\_Y\\_PROPOS.pdf&Expires=1600123168&Signature=awGT-0LjprsFOGhU9uzWd7IFew6p](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53655475/Mision__Vision_y_Proposito_Estrategico.pdf?1498402538=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLLOS_CONCEPTOS_DE_MISION_VISION_Y_PROPOS.pdf&Expires=1600123168&Signature=awGT-0LjprsFOGhU9uzWd7IFew6p)
- Romero, J. L. (04 de 01 de 2021). *Incoterms 2021: cambios y tipos de Incoterms*. Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/incoterms-2020/>
- Ruiz, R. Á. (10 de 04 de 2018). *Segmentación de mercados*. Obtenido de <https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>
- Santander. (2020). *Cifras del comercio exterior en Japón*. Obtenido de [https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/cifras-comercio-exterior#classification\\_by\\_products](https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/cifras-comercio-exterior#classification_by_products)
- Santander. (09 de 2020). *Japón: política y economía*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/politica-y-economia>
- SCT. (Enero de 2020). *Estadísticas mensuales del sector y transporte*. Obtenido de [http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGP/estadistica/Indicador-Mensual/INDI-2020/CI-ENERO\\_2020.pdf](http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGP/estadistica/Indicador-Mensual/INDI-2020/CI-ENERO_2020.pdf)
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (25 de 08 de 2018). *Cultivo del arándano en México. Reto superado*. Obtenido de <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/cultivo-del-arandano-en-mexico-reto-superado#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20y%20consumo%20de,la%20demanda%20mundial%20del%20producto.&text=M%C3%A9xico%20produce%2036%2C700%20toneladas%20de,%2C%20Michoac%C3%A1n%2>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (25 de 08 de 2018). *Cultivo del arándano en México, reto superado*. Obtenido de <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/cultivo-del-arandano-en-mexico-reto-superado>



Trade Map. (s.f.). *Liata de importadores para el producto seleccionado 2020*. Recuperado el 15 de Enero de 2022, de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS\\_Map.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0810%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c3](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS_Map.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0810%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c3)

Trade map. (s.f.). *List of importing markets for a product exported by Mexico*. Obtenido de

[https://www.trademap.org/tradestat/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c484%7c%7c%7c%7c08%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c484%7c%7c%7c%7c08%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

TradeMap. (s.f.). Recuperado el 12 de 10 de 2020, de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c2105%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c2105%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1) .

Zarca S.L. (30 de 01 de 2018). *TIPOS DE CONTENEDORES MARÍTIMOS*. Obtenido de

<https://www.zarca.es/tipos-de-contenedores-maritimos/>