

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### ***Proyecto de exportación de dulces regionales al mercado de Estados Unidos***

**Autor: Maritza Daniela Villalobos Osoyo**

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

**Nombre del asesor:  
María de la Luz Ponce Ávila**

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

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

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





**UNIVERSIDAD  
VASCO DE QUIROGA**

INDICE

**ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**“ PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE  
DULCES REGIONALES AL MERCADO DE  
ESTADOS UNIDOS ”**

**TESINA**

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

**Presenta:**

**MARITZA DANIELA VILLALOBOS OSOYO**

**Asesor:**

**L.C.I. MARIA DE LA LUZ PONCE AVILA**

**No. De acuerdo LCI 000201    CLAVE 16PSU0011T**



**FEBRERO 2003**

## INDICE

Dedicatorias .....	05
Agradecimientos .....	09
Introducción .....	10
Resumen Ejecutivo .....	11

### CAPITULO 1. LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE

1.1 Antecedentes de la empresa .....	14
1.2 Misión, Visión, Objetivos, Metas y Filosofía Operativa. ....	15
1.3 Portafolio de Negocios.....	16
1.4 Cadena de valor y Procesos medulares .....	16
1.5 Organización actual y equipo directivo. Posiciones clave vacantes. ....	19
1.6 Fortalezas y Debilidades.....	20

### CAPITULO 2. PRODUCTO

2.1 Clasificación arancelaria del producto de acuerdo al Sistema Armonizado (SA); Clasificación Industrial (SCIAN); y Clasificación de Comercio Exterior según la Revisión 3 de la Clasificación Internacional (CUCI o SITC, en inglés ) de las Naciones Unidas.....	23
2.1.1 Principales productos competidores directos, indirectos y/o sucedáneos .....	24
2.1.2 Principales tipos de productos y tipos de mercado .....	24
2.2 Normas y Controles de Calidad .....	24
2.2.1 Tecnología e Investigación y Desarrollo como herramientas para mantener ventajas .....	25
2.3 Mantenimiento y Respaldo al Producto .....	26
2.3.1 Valor para el Cliente y Ventajas competitivas del producto .....	26

### CAPITULO 3. SELECCIÓN DEL MERCADO META

3.1 Situación actual de la industria o sector de que se trate: en los ámbitos global y doméstico y en los mercados preseleccionados .....	27
3.1.1 Acceso a Mercados Internacionales .....	27
3.1.2 Panorama General de la Industria Mexicana .....	29
3.2 Selección del País Meta .....	34
3.3 Aspectos Cuantitativos del Mercado, Características y Segmentación del Mercado. Prácticas Comerciales y Situación General del Precios, Canales y Promoción.....	36
3.3.1 Características y Segmentación del Mercado Hispano en Estados Unidos .....	37
3.3.2 Segmentación del Mercado Hispano .....	43
3.3.3 Prácticas Comerciales y Situación General de Precios, Canales y Promoción .....	44
3.3.3.1 Prácticas Comerciales .....	45

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

3.3.3.2	Situación General de Precios .....	46
3.3.3.3	Canales de Distribución .....	50
3.3.3.4	Actividades de Promoción .....	53
3.4	Aspectos Cuantitativos del Mercado. Medición y Tendencias del Consumo y de las importaciones, en Valor y/o Volumen en los últimos años .....	54
3.4.1	Aspectos Cuantitativos .....	54
3.4.2	Importaciones y Exportaciones arancelarias provenientes de México .....	58
3.5	Barreras de Acceso al mercado .....	59
3.5.1	Barreras Arancelarias .....	59
3.5.2	Barreras No Arancelarias .....	59
3.6	Análisis de la Competencia del Mercado .....	67
3.7	Análisis del Macroentorno, Detección de Oportunidades y Amenazas .....	70
3.7.1	La Sociedad de Estados Unidos .....	70
3.7.2	Oportunidades y Amenazas .....	75

**CAPITULO 4. ASPECTOS OPERACIONALES**

4.1	Detección de Objetivos y Metas en el Mercado Seleccionado .....	76
4.2	Adecuaciones de la Mezcla de Mercadotecnia .....	76
4.3	Estrategia de Entrada al Mercado .....	77
4.3.1	Cuantificación de la Demanda .....	77
4.3.2	Estrategia de Acceso al Mercado .....	78
4.3.3	Importación de Dulce de los principales Distritos por Fracción Arancelaria .....	78
4.3.4	Entrada al Mercado .....	79
4.4	Cotizaciones, Incoterms, Transporte y Seguros .....	87
4.4.1	Cotizaciones .....	87
4.4.2	Incoterms .....	90
4.4.3	Transporte .....	90
4.4.4	Cotización del Seguro .....	91
4.5	Envase y Embalaje .....	91
4.6	Documentos y Trámites .....	94
4.7	Contratos y Formas de Pago .....	95
4.8	Programa de actividades a corto plazo .....	95

**CAPITULO 5. ASPECTOS FINANCIEROS**

5.1	Inversiones .....	96
5.1.1	Capital de Trabajo .....	96
5.1.2	Inversión Fija .....	96
5.1.3	Inversión Diferida .....	96
5.2	Estructura Financiera .....	97
5.3	Presupuesto de Ingresos .....	97
5.4	Presupuesto de Egresos .....	97



Fábrica de  
dulces regionales

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

5.4.1	Depreciación .....	97
5.4.2	Amortización .....	97
5.4.3	Clasificación de Costos y Gastos .....	98
5.5	Punto de Equilibrio .....	99
5.5.1	Punto de Equilibrio en Pesos .....	99
5.5.2	Punto de Equilibrio en Unidades .....	99
5.5.3	Punto de Equilibrio Precio Mínimo .....	99
5.6	Estado de Resultados .....	99
5.6.1	Estado de Resultados expresado en Dólares .....	100
5.7	Razones Financieras .....	100
5.8	TIR .....	100
	Bibliografía .....	101
	Conclusiones .....	103
	ANEXOS .....	104

---

---



**DEDICATORIAS:**

**A DIOS, POR DARMÉ LA VIDA, ILUMINAR MI CAMINO Y  
BRINDARME LA OPORTUNIDAD DE REALIZAR MIS  
ESTUDIOS.**

**"GRACIAS SEÑOR POR TUS BENDICIONES"**



Fábrica de  
dulces regionales

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

*A MIS PADRES, DANIEL VILLALOBOS MIRANDA Y MARIA  
OSOYO CORNEJO POR EL ORGULLO DE SER SU HIJA.*

*POR LA BASE MORAL QUE ME BRINDAN, GUIÁNDOME PARA  
TOMAR LAS MEJORES DECISIONES QUE SE PRESENTEN EN MI  
VIDA CON RESPONSABILIDAD, AMOR E INTELIGENCIA.*

*POR EL ESFUERZO QUE HACEN DÍA CON DÍA PARA DARME  
EL APOYO MATERIAL Y TERMINAR UNA CARRERA  
PROFESIONAL.*

*PAPÁ, MAMÁ... ¡LO LOGRÉ!  
LOS AMO*



Fábrica de  
dulces regionales

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

*CON CARIÑO PARA MI HERMANA ENDHY, SU ESPOSO  
GUSTAVO Y MIS SOBRINOS JESÚS DANIEL Y LUIS GERARDO  
QUE SIEMPRE ME APOYAN Y COMPARTEN COMIGO MIS  
ALEGRÍAS Y ADVERSIDADES.*



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

**Y TAMBIÉN, QUIERO MENCIONAR A UNA PERSONA MUY  
IMPORTANTE Y QUERIDA PARA MI:**

**LUIS RICARDO MONTAÑO GONZALEZ**

*AGRADECIMIENTOS:*

*A MIS PAPÁS DANIEL VILLALOBOS MIRANDA Y MARIA OSOYO CORNEJO, PUES SIEMPRE ME HAN APOYADO PARA QUE YO SALGA ADELANTE Y CON SUS CONSEJOS Y SU BENDICIÓN HE TERMINADO UNA DE LAS FACES DE MI VIDA.*

*"GRACIAS"*

*A LA L. C. I. MA. DE LA LUZ PONCE ÁVILA "LUCY", POR SU OPORTUNO Y DESINTERESADO APOYO, ORIENTACIÓN Y PACIENCIA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTA TESIS.*

*PARA TODOS Y CADA UNO DE MIS MAESTROS QUIENES COMPARTIERON CONMIGO SUS CONOCIMIENTOS, GUIÁNDOME PARA LOGRAR EL FINAL DE MI CARRERA.*

*A LA UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, EN LA QUE APRENDÍ LAS BASES NECESARIAS PARA ENFRENTARME A LA VIDA.*

*TAMBIÉN CON TODO RESPETO, PARA EL ING. JOSÉ LÓPEZ DE LA FUENTE DUFAU, QUIEN AMABLEMENTE CONFÍÓ Y COOPERÓ, BRINDÁNDOME LA INFORMACIÓN BÁSICA PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE PROYECTO.*



## INTRODUCCIÓN

El futuro promisorio de las Naciones y en especial México por ser un país en vías de desarrollo, descansará en la comercialización internacional para satisfacer las necesidades de cada país.

Actualmente, esta comercialización se lleva a cabo en un instante, debido a las técnicas de computación y transporte que son cada vez más avanzadas, con proyectos más funcionales de acuerdo a las exigencias y competencias, tanto en la elaboración del producto, como la venta del mismo.

Por lo tanto, todas las naciones del planeta indudablemente, están obligadas a producir más, primero para tener las satisfacciones internas necesarias y segundo para poder entrar en el mercado internacional.

Sabemos también que para entrar en dicho mercado, debemos tener presente los factores determinantes: Normas de Calidad, de Seguridad y de Costos. Si lo hacemos apegados a las normas que rigen dicho mercado, el Proyecto de Venta Internacional, será de acuerdo a lo esperado. En caso contrario, es probable que en poco tiempo se olviden de nuestra exportación y nuestros compradores busquen nuevos mercados.

Con lo anteriormente mencionado, es necesario tener muy en cuenta las NORMAS para poder prever nuestras ventas por un largo tiempo.

La nación que tenga amplias reservas en todas y cada una de sus producciones, ya sea de materia prima o elaborada, será una nación con bienestar social, ya que la producción genera trabajo y éste genera empleos y como dije los empleos generan tranquilidad y bienestar social.

En el presente trabajo, expongo un Proyecto de Exportación de Dulces Regionales "Ates", al país de Estados Unidos, en especial a Los Ángeles, California. Para el desarrollo de este trabajo, me comuniqué con el Ing. José López de la Fuente Dufau, fundador y dueño de FABRICA DE DULCES REGIONALES "LA FUENTE", quien amablemente después de presentarle mi proyecto, accedió a darme todos y cada uno de los datos y recursos necesarios para la elaboración del mismo.

Espero sinceramente, que este trabajo cubra el principal objetivo que es la Comercialización Internacional y a su vez sirva como apoyo para los que practican esta rama profesional.



**RESUMEN EJECUTIVO**

Este plan que presento, es un Proyecto de Exportación de dulces regionales "ates" al mercado de Estados Unidos, en especial dirigidos a Los Ángeles, California.

Dulces regionales "La Fuente", se fundó en Mayo de 1991 por el Ingeniero Agrónomo José López de la Fuente Dufau, con el objetivo de construir una empresa con presencia nacional, capaz de captar y satisfacer la necesidad del público consumidor de dulces.

México es un exportador tradicional de una gran variedad de productos alimenticios procesados, entre los que se incluyen los de la industria dulcera. La popularidad y aceptación de los dulces mexicanos han dado paso a una nueva tendencia de consumo por los alimentos de estilo mexicano.

El Producto que ofrece la Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente", son rollos de guayaba criolla y cadvill, manzana criolla; duraznos y membrillos de la región rellenos de leche, nuez, coco y cajeta, fabricados de frutas 100% y en presentaciones de 450 y 225grs., para satisfacer a todos los consumidores. Estos rollos son elaborados en forma tradicional y artesanal que identifica a los dulces de la región con su envase característico que los mantiene frescos y deliciosos.

Algunas de las fortalezas con las que cuenta "La Fuente" son las siguientes:

1. Se encuentra legalmente constituida.
2. Proporciona un buen servicio al cliente.
3. La entrega del producto se hace justo a tiempo.
4. Los productos son 100% de frutas regionales.
5. Producen dulces para diferentes empresas (maquila).
6. Hacen descuentos del 20% a mayoristas.
7. El producto se distribuye en la mayor parte del Estado de Michoacán.
8. Cuentan con instalaciones Propias.
9. La empresa no se encuentra descapitalizada
- 10.

Este producto se encuentra dentro de la siguiente Clasificación Arancelaria:

SECCIÓN IV. Productos de las industrias alimentarias; bebidas líquidas, alcohólicas y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.	
20.07.99	
20	Preparaciones de legumbres y hortalizas de frutas o de otras partes de plantas.
20.07	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas obtenidos por cocción incluso con adición de azúcar o de otros edulcorantes.
20.07.99.99	Las demás.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

La ventaja competitiva que tiene el producto es que principalmente es un producto artesanal, hecho a mano con conservadores en una mínima cantidad (.002gr.), elaborado de 100% frutas de la región y especialmente seleccionadas para procesar un dulce de mejor consistencia, sabor y calidad. Los dulces contienen un toque especial en el sabor que los caracteriza de los demás por ser original, pues no llevan colorantes ni saborizantes artificiales. El azúcar que se utiliza para el dulce es azúcar estándar 100% hecha de azúcar de caña natural.

Se identifica un gran interés de empresas norteamericanas por fortalecer cadenas productivas en diferentes productos, este segmento de la demanda tendrá un mayor dinamismo en los próximos años y resulta de particular interés para las empresas mexicanas.

Aun cuando se está incrementando el gusto por la comida mexicana en el segmento anglosajón, las características del mercado hacen natural atender en forma prioritaria a la comunidad hispana y en especial al mercado mexicano.

El crecimiento de la población de origen mexicano e hispana en general en las últimas décadas, ha reflejado una clara tendencia al aumento sostenido del consumo de productos étnicos, haciendo su comercialización sumamente atractiva. El gusto por la comida de sus países de origen, aunando al poder adquisitivo del mercado hispano, ha facilitado su ingreso a los anaqueles de los supermercados estadounidenses y es que en ese país el 11.34% es población de habla hispana y existen diversos lugares especiales para que acuda dicha población a realizar sus compras, sin olvidar el sin número de restaurantes de comida mexicana en los cuales los postres de mayor demanda son los dulces y ates mexicanos. Con esto pues se corrobora que los dulces regionales son muy aceptados dentro del mercado norteamericano.

### Tabla de Ingreso de la Población Hispana en Estados Unidos

Ingreso anual (USD)	(%)
Menos DE 10 mil	38.1
10 a 24.9 mil	41.2
25 a 49.9 mil	17.1
50 mil	3.6

Es común que los esquemas de comercialización para alimentos procesados sean a través de mayoristas, distribuidoras y brokers, que consolidan en sus centros de distribución, usualmente localizados en Texas, California, Illinois y Arizona, entre otros estados. Posteriormente, se distribuyen a minoristas de otras regiones del país, quienes venden directamente al consumidor final.

Una de las herramientas más efectivas para la promoción y comercialización de los productos es, sin duda alguna, la participación en eventos especializados ya sea nacionales o internacionales, que ofrecen grandes oportunidades a productores para la diversificación de mercados.

## **1. LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE**

### **1.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA**

Dulces regionales "La Fuente", se fundó en Mayo de 1991 por el Ingeniero Agrónomo José López de la Fuente Dufau<sup>1</sup> con un capital de \$110,000 dólares, quien después de haber hecho varias pruebas llegó al punto exacto de elaboración para los dulces regionales ahora exitosamente vendidos a nivel nacional.

Comenzando con un solo cazo, 3 personas y elaborando tan sólo 17 dulces diarios en la ciudad de Morelia, el Ing. López fundó la fábrica de dulces regionales "La Fuente", con el objetivo de construir una empresa con presencia nacional, capaz de captar y satisfacer la necesidad del público consumidor de dulces.

Para 1993 contaban ya con 6 empleados y una producción cuya variedad consiste en el relleno de los rollos.

En 1996 teniendo un establecimiento propio de la empresa e integrada ya por 9 obreros compartiendo y realizando la tarea de servir a la sociedad brindándole productos que satisfagan plenamente sus expectativas, comienzan a abrir nuevos mercados dando a conocer los surtidos rellenos y tamaños que "La Fuente" ofrece, alcanzando para el año de 1999 con 11 personas, la distribución de dulces no solo en el estado de Michoacán sino también en Guanajuato, Puebla, Distrito Federal, Nuevo León, Jalisco, Coahuila y Baja California, entre otros.

#### **PARA ATENCIÓN AL CLIENTE**

##### **DATOS:**

**FABRICA DE DULCES REGIONALES "LA FUENTE"**

**MIGUEL DE RIVERA # 431**

**COL. 18 DE MAYO**

**TELEFAX (443) 3-23-27-35**

**E-MAIL [lafuente@.com](mailto:lafuente@.com)**

**MORELIA, MICHOACAN**



**Fábrica de  
dulces regionales**

---

<sup>1</sup> ver anexo 1



## **1.2 MISION, VISION, OBJETIVOS , METAS Y FILOSOFIA OPERATIVA**

### **MISIÓN**

Ofrecer dulces de frutas regionales a un precio competitivo con el servicio que nos caracteriza, optimizando recursos y rebasando las expectativas del cliente, satisfaciendo así los gustos y demandas más exigentes de sus consumidores.

### **VISION**

Ser una empresa altamente competitiva innovando y mejorando los productos. Alcanzar más mercados llegando hasta los más exigentes en el mundo. Crecer como una organización emprendedora y decidida que brinde día con día a sus miembros una sensación de orgullo y propósito de superación mutua.

### **OBJETIVOS**

- Ofrecer productos de consumo de las más alta calidad a precios justos.
- Fabricar dulces orientados a la satisfacción de gustos y preferencias de los consumidores innovando en su elaboración y relleno.
- Ser líder en la elaboración , distribución y venta de sus dulces regionales,
- Promocionar la gran diversidad de nuestros dulces rellenos hechos única y exclusivamente de frutas 100% de la región michoacana en el extranjero.
- Penetrar nuevos mercados internacionales como Estados Unidos, Francia, Japón, Inglaterra y Alemania, logrando negociaciones fructíferas entre ambos países.
- Incrementar la producción para satisfacer la demanda de los clientes nacionales e internacionales.
- Abarcar más clientes internacionales.
- Cumplir rigurosamente con las normas de exportación.

### **METAS**

- Optimizar los recursos y gastos de cada mes para tener un rendimiento mayor del 5%.
- Tener cursos de capacitación constante para todos los miembros de esta empresa.
- Exhortar a la creatividad e innovación de los colaboradores ofreciendo bonos e incentivos cada mes.
- Promocionar los dulces participando en ferias internacionales cada año y enviando muestras a los diversos mercados en el exterior del país.
- Aumentar la producción anual, logrando incrementar las ventas un 20%



## FILOSOFIA OPERATIVA

Brindar satisfacción a sus clientes y consumidores a través del desarrollo continuo de los obreros ofreciendo un salario justo y un buen desarrollo personal exhortándolos al trabajo en equipo y desarrollando en cada uno de ellos un espíritu de servicio para lograr que todos los que conforman esta empresa, realicen su trabajo con entusiasmo y orgullo.

La elaboración y comercialización de productos alimenticios, desarrollando el valor de su marca y comprometiéndose a ser una empresa altamente productiva y fuertemente orientada a abarcar mercados internacionales.

### 1.2 PORTAFOLIO DE NEGOCIOS

TIPO DE ROLLO	TIPO DE RELLENO	TAMAÑOS
Rollo de Guayaba	Cajeta, Leche con nuez o leche con coco	De 450grs. Y 225grs.
Rollo de Durazno	Cajeta, Leche con nuez o coco	De 450grs. Y 225grs.
Rollo de Membrillo	Cajeta, Leche con nuez o coco	De 450grs. Y 225grs.
Rollo de Manzana	Cajeta, Leche con nuez o coco	De 450grs. Y 225grs.

### 1.4 CADENA DE VALOR Y PROCESO MEDULAR

#### ACTIVIDADES PRIMARIAS:

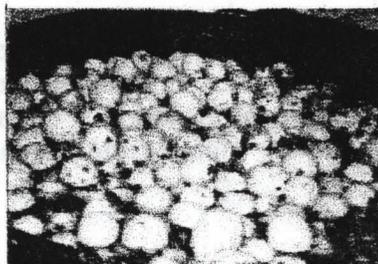
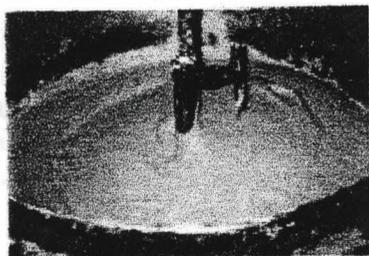




Fábrica de  
dulces regionales

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

1.- **LOGÍSTICA INTERNA:** La empresa se allega de toda la materia prima principalmente de fruta que se necesita para comenzar con el proceso productivo y transformarla en un producto elaborado. La fábrica se abastece principalmente de guayaba criolla y/o cadvill, que es la que se utiliza para lograr una mejor consistencia en el dulce. Anualmente, "La Fuente" consume las siguientes cantidades de fruta: 20 toneladas de manzana criolla, 15 toneladas de membrillo y durazno que provienen de la región de Zitácuaro, Tacámbaro y Pátzcuaro y del Estado de Aguas Calientes. Los meses en que la empresa se abastece de estos insumos necesarios van de Agosto a Enero según la temporada de la fruta ya que es fruta fresca y/o recién cortada. La leche que se necesita se trae desde Querétaro, sin embargo el azúcar estándar, la nuez, la cajeta y el coco se adquieren en Morelia, al igual que el celofán para envolver los dulces cortado a una medida especial para cada tamaño del dulce; la etiqueta es mandada hacer en una imprenta en Morelia, diseñada por un licenciado en Diseño Gráfico y para pedidos al exterior se utilizan unas cajas hechas en la ciudad de México como empaque especial para mantener el dulce fresco y que no se endurezca. La maquinaria se cambia por lo general cada dos años. Este procedimiento es supervisado por el jefe de personal.



2.- **OPERACIONES:** Ya surtida la materia prima, se comienza con el proceso productivo para transformarla en un producto elaborado y terminado bajo la supervisión del jefe de personal, y éste a su vez supervisado por el gerente.

3.- **LOGÍSTICA EXTERNA:** El producto ya terminado se comienza a distribuir en la ciudad de Morelia una cantidad diaria de 2000 rollos. La empresa cuenta con una camioneta especial para la distribución local y para pedidos foráneos, se utilizan los servicios de Auto líneas Mexicanas o en su defecto se contratan camiones de carga. El dulce es distribuido principalmente en el Mercado de Abasto, Mercado de Dulces y Dulcerías y varía según las diferentes estaciones del año, ya que se demandan más en épocas de frío como son los meses de Noviembre, Diciembre y Enero principalmente.

4.- **MERCADOTECNIA Y VENTAS:** La empresa realiza una revisión mensual en cada uno de los establecimientos donde distribuye el producto, con el objetivo de descubrir si el dulce es comprado y en que cantidad se vende. En diversos lugares de venta hacen degustaciones para que las personas los conozcan, principalmente turistas. El dulce es utilizado como postre y/o regalos.

"La Fuente" realiza actividades de maquila para otras empresas.

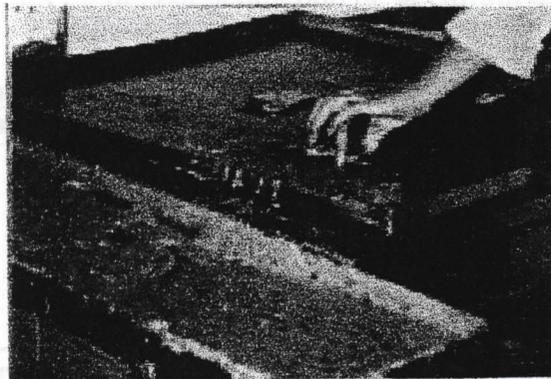
El trato con los clientes es directo y generalmente con mayoristas, ya sea que la misma empresa busque los clientes o que ellos mismos acudan a la fábrica, ambos buscando nuevo mercado, nuevos compradores y nuevos proveedores.

Para dar a conocer la empresa y los exquisitos dulces regionales elaborados por la misma, es necesario contar con una buena estrategia de mercadotecnia, la cual se encuentra un poco debilitada, pero ya hablaremos de este punto más adelante, sin embargo cabe mencionar que el estar anunciado en la Sección Amarilla y distribuir el producto en casi todo el Estado de Michoacán, ha dado resultados fructíferos para sus ventas y principalmente el reconocimiento de esta marca como la mejor fábrica de dulces regionales.

### ACTIVIDADES DE APOYO

1.- **ABASTECIMIENTO:** Se elabora un pronóstico de ventas, y en base a esto, se compra la materia prima durante los meses de Agosto a Enero.

2.- **DESARROLLO TECNOLÓGICO:** Se cuenta con una maquinaria especial para la elaboración del dulce, diseñada específicamente con las medidas y características necesarias para que el dulce se elabore a la perfección. Un establecimiento propio para el procedimiento de fabricación y venta de sus productos.



Un establecimiento propio para el procedimiento de fabricación y venta de sus productos, una maquinaria especial para la elaboración del dulce, diseñada específicamente con las medidas y características necesarias para que el dulce se elabore a la perfección.

3.- **DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS:** Los miembros que forman esta organización son relativamente pocos, pero el personal con el que cuentan está altamente calificado para el trabajo encomendado. Constantemente se les da

un curso de capacitación y se les exhorta a un buen desempeño proporcionando diferentes incentivos.

4.- **INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA:** La empresa está constituida solamente por la gerencia general y un departamento de producción.

### PROCESOS MEDULARES

La empresa tiene varios procesos medulares, principalmente el **Proceso de Producción**,<sup>2</sup> ya que cuenta con una eficiente técnica para producir los dulces regionales, dándoles el toque original a cada uno de ellos.

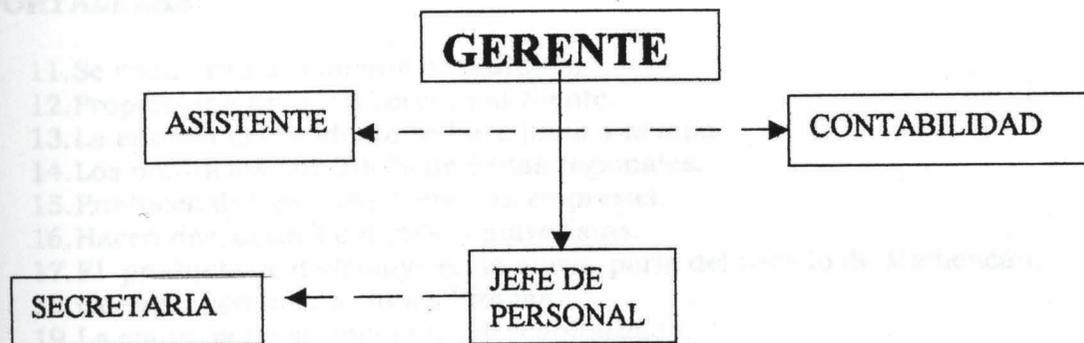
También cuenta con un importante **Proceso de Inventarios**, pues esta organización siempre prevé a futuro la cantidad de materia prima que se necesitará dando un reporte cada semana de esta, para el proceso productivo y todos los insumos que se requieren.

El **Proceso de un Eficiente manejo de Almacén** es primordial en esta empresa, ya que al, al llegar la fruta se procesa y se almacena en botes para su utilización futura, y así evitar retrasar la producción.

La entrega y distribución del producto es trascendente para la buena imagen de la empresa, y cuentan con un proceso de entrega que está siempre a la orden del día para sus clientes ya que la mercancía es enviada a los cuatro días de haber hecho el pedido. Se maneja un sistema común para los pedidos y pagos y se da un crédito de 15 a 30 días dependiendo de la cantidad que sea el pedido.

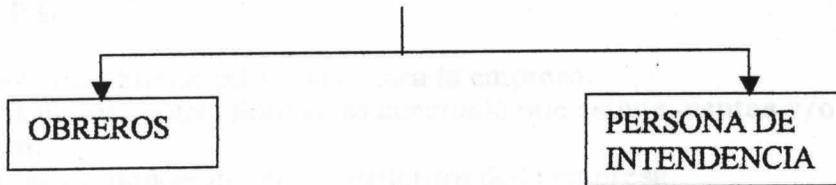
### 1.5 ORGANIZACIÓN ACTUAL Y EQUIPO DIRECTIVO. POSICIONES CLAVE VACANTES<sup>3</sup>.

#### ORGANIGRAMA:



<sup>2</sup> Ver anexo 2

<sup>3</sup> Ver anexo 3



### POSICIONES CLAVE VACANTES<sup>4</sup>:

Dada la estructura de la empresa, se detectó la necesidad de establecer los siguientes departamentos:

- Un departamento de Producción con Asistencia Técnica y Calidad bien definido que en ninguna empresa debe fallar este importantísimo detalle, así como una persona encargada del almacén y un Ing. Agro-Industrial .
- Un departamento de Comercialización, Mercadotecnia y Ventas nacionales e internacionales (Logística) a cargo de un Licenciado en Comercio Internacional, es primordial para que la empresa de a conocer su producto en diferentes mercados y los comercialice, así como llevar a cabo diferentes estrategias para la venta y el papeleo necesario para su exportación.
- Un subgerente, pues en cualquier caso o emergencia la empresa no puede esperar a que llegue el dueño para decidir que hacer.
- Departamento de Contabilidad (Finanzas, Crédito y Cobranzas), ya que este departamento es un importante pilar en la organización, pues de aquí se toman todas las decisiones para un mejor rendimiento en un futuro y soluciones a problemas monetarios ya existentes y/o prevención de ellos.

### 1.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

#### **FORTALEZAS:**

11. Se encuentra legalmente constituida.
12. Proporciona un buen servicio al cliente.
13. La entrega del producto se hace justo a tiempo.
14. Los productos son 100% de frutas regionales.
15. Producen dulces para diferentes empresas.
16. Hacen descuentos del 20% a mayoristas.
17. El producto se distribuye en la mayor parte del Estado de Michoacán.
18. Cuentan con instalaciones Propias.
19. La empresa no se encuentra descapitalizada.

<sup>4</sup> Ver anexo 4



---

**DEBILIDADES:**

1. No existe una buena publicidad para la empresa.
2. No se lleva un control financiero adecuado que estime ventas y/o pérdidas en un año.
3. Organización deficiente en la estructura de la empresa.
4. Personal limitado para el trabajo de la empresa.
5. Trabajos fijos y especializados para cada uno de los obreros.
6. No tienen horarios fijos.
7. No cuentan con objetivos y metas bien establecidos.
8. Selección del mercado no definido.
9. No cuentan con planes específicos para un mejor desarrollo empresarial.

## **2. PRODUCTO**

Dulce (del latino dulcis), que como el azúcar y la miel, causa cierta sensación agradable al paladar. No es agrio o salobre comparado con otras cosas de la misma especie apacible, grato y gustoso.

México es un exportador tradicional de una gran variedad de productos alimenticios procesados, entre los que se incluyen los de la industria dulcera. La popularidad y aceptación de los dulces mexicanos en cuanto a variaciones en sus ingredientes y presentaciones han dado paso a una nueva tendencia de consumo por los alimentos de estilo mexicano.

El Producto que ofrece la Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente", son rollos de guayaba criolla y cadvill, manzana criolla; duraznos y membrillos de la región rellenos de leche, nuez, coco y cajeta, fabricados de frutas 100% y en presentaciones de 450 y 225grs., para satisfacer a todos los consumidores. Estos rollos son elaborados en forma tradicional y artesanal que identifica a los dulces de la región con su envase característico que los mantiene frescos y deliciosos.



**2.1 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO DE ACUERDO AL SISTEMA ARMONIZADO (SA); CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL (SCIAN); Y CLASIFICACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR SEGÚN LA REVISIÓN 3 DE LA CLASIFICACIÓN UNIFORME PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL (CUCI O SITC, EN INGLÉS) DE LAS NACIONES UNIDAS.**

**CLASIFICACIÓN ARANCELARIA**

SECCIÓN IV. Productos de las industrias alimentarias; bebidas líquidas, alcohólicas y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.	
20.07.99	
20	Preparaciones de legumbres y hortalizas de frutas o de otras partes de plantas.
20.07	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas obtenidos por cocción incluso con adición de azúcar o de otros edulcorantes.
20.07.99.99	Las demás.

Fuente: Tarifa General de Importación (T.I.G.I.).

**CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL SCIAN, NAICS.**

CÓDIGO SCIAN	NÚM. DE ACUERDO
311421	
311	Food Manufacturing
3114	Fruit and Vegetable Preserving and Specialty Food Manufacturing
31142	Fruit and Vegetable Canning, Pickling and Drying
311421	Fruit and Vegetable Canning

Fuente: [www.census.gov](http://www.census.gov)

**STANDARD INTERNATIONAL TRADE CLASIFICACION, SITC, CLASIFICACION CUCI REV. 3.**

SITC-0	Food and live animals
SITC-058	Fruit Preserved, And Fruit Preparations (excluding fruit juices)
SITC-0581	Jams, Fruit Jellies, Marmalades,



**Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"**

	Fruit or Nut Puree And Fruit Or Nut Pastes, Being Cooked Preparations, Not Including Homogenized Preparations
SITC-05810	Jams, Fruit Jellies, Marmalades, Fruit Or Nut Puree And Fruit Or Nut Pastes, Being Cooked Preparations, Not including Homogenized Preparations.

Fuente: www.tradeport.org

**2.1.1 PRINCIPALES PRODUCTOS COMPETIDORES DIRECTOS Y/O INDIRECTOS O SUCEDÁNEOS**

SUS PRODUCTOS	NECESIDAD QUE SATISFACEN	PRODUCTOS COMPETIDORES DIRECTOS	PRODUCTOS COMPETIDORES INDIRECTOS
Rollos de guayaba, membrillo, durazno y manzana rellenos de cajeta , leche con nuez o con coco.	Gusto Hambre Antojo	Otros dulces regionales	Dulces de confitería y/o cubiertos de chocolate o con chocolate

**2.1.2 PRINCIPALES TIPOS DE PRODUCTOS Y TIPOS DE MERCADO**

TIPOS DE MERCADO	MERCADOS ATENDIDOS ACTUALMENTE	MERCADOS EXPORTACIÓN DESEADOS	DE "X"
CONSUMO	X	X	
INDUSTRIAL			
INSTITUCIONAL			
DE REVENTA			

**2.2 NORMAS Y CONTROLES DE CALIDAD<sup>5</sup>**

**NOM**

PROY-NOM-185-SSA1-2000	Bienes y Servicios, Mantequilla, Cremas, Leche condensada azucarada, Leches fermentadas Acidificadas, Dulces a base de leche ,
------------------------	--



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

	Especificaciones Sanitarias.
NOM-051-SCFI 1994	Especificaciones Generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas.

Fuente: Secretaría de Economía.

**NMX**

NMX-F-102-S-1978	Determinación de la acidez titulable en productos elaborados a partir de frutas y hortalizas. 24/oct/1978.
------------------	--

Fuente: Secretaría de Economía.

**NORMAS INTERNACIONALES<sup>6</sup>**

**Normas Internacionales. Norma Panamericana**

COPANT 7:3 - 064	Productos elaborados a partir de Frutas y Hortalizas. Determinación de la Acidez Titulable. Octubre 1976.
------------------	---

**CODEX**

VOLUMEN 5 <sup>a</sup>	Frutas y Hortalizas Elaboradas y Congeladas rápidamente.
CAC - RCP 002 - 1969	Código Internacional de Prácticas Recomendado de Higiene para las Frutas y Hortalizas en Conserva
CAC - RCP 005 - 1971	Código Internacional de Prácticas recomendado de higiene para Frutas y Hortalizas Deshidratadas incluidos Hongos Comestibles.
CODEX STAN 001 - 1985	Norma General para Etiquetado de Alimentos Procesados.

Fuente: www.fao.org

**2.2.1 TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO COMO HERRAMIENTAS PARA MANTENER VENTAJAS.**

La empresa de "Dulces Regionales La Fuente", no cuenta con un departamento de tecnología, sin embargo puede ser necesario plantear la posibilidad en un futuro de establecer un departamento especializado para el desarrollo e investigación tecnológico de este producto.

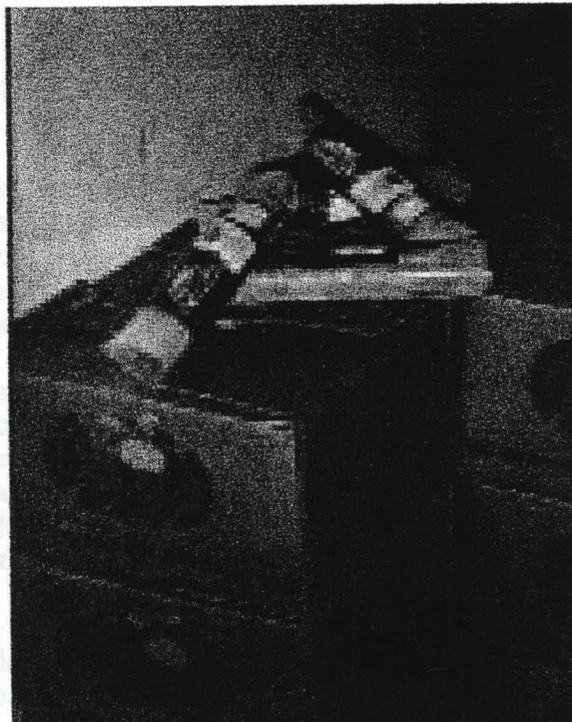
<sup>6</sup> Ver anexo 6

## **2.3 MANTENIMIENTO Y RESPALDO AL PRODUCTO**

- Mantener contacto constante con los clientes .
- "La Fuente", cuenta con 11 años de experiencia en el mercado que respalda la calidad del producto.
- Ofrecer un buen servicio de atención a clientes y proveedores.

### **2.3.1 VALOR PARA EL CLIENTE Y VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO**

La ventaja competitiva que tiene el producto es que principalmente es un producto artesanal, hecho a mano con conservadores en una mínima cantidad (.002gr.), elaborado de 100% frutas de la región y especialmente seleccionadas para procesar un dulce de mejor consistencia, sabor y calidad. Los dulces contienen un toque especial en el sabor que los caracteriza de los demás por ser original, pues no llevan colorantes ni saborizantes artificiales. El azúcar que se utiliza para el dulce es azúcar estándar 100% hecha de azúcar de caña natural.





### **3. SELECCIÓN DEL MERCADO META**

#### **3.1 SITUACION ACTUAL DE LA INDUSTRIA O SECTOR DE QUE SE TRATE: EN LOS AMBITOS GLOBAL Y DOMESTICO Y EN LOS MERCADOS PRESELECCIONADOS.**

##### **3.1.1 ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES**

###### **Panorama General del Sector a Nivel Internacional**

Las cifras de FAO señalan que los principales países exportadores, en 1999 fueron: Estados Unidos (13.2% del total); Francia, (8.6%); Holanda (7.7%); Alemania (5.7%); y Bélgica - Luxemburgo (4.9%), países que en conjunto, representaron más del 40% del total del valor mundial generado por concepto de exportación de alimentos. En este contexto, México ocupó la posición número 18, reportando un crecimiento medio anual de 4.8%, tasa particularmente significativa, al considerar las tasas negativas que mostraron la mayoría de los países.

Por su parte, los principales importadores de estos productos, en 1999, fueron: Estados Unidos, con el 8.5%; Alemania, 8.3%; Japón, 8.0%; Reino Unido, 6.4%; y Francia, 5.6%. México se ubicó como doceavo importador, con una participación de 2.3% en el año de 1999.

La demanda mundial de alimentos ha registrado cambios importantes en su estructura y composición que modifican los volúmenes comercializables de los productos alimenticios. Esta tendencia se debe en parte a la acelerada expansión del consumo en países de Europa del Este, así como a los cambios que se están presentando en los patrones de consumo.

Actualmente, los consumidores han modificado sus preferencias; la tendencia es hacia productos procesados bajo estrictas normas de seguridad e higiene y bajos en grasas, sin conservadores artificiales, y hacia el consumo de alimentos de tipo congelados, deshidratados y precocidos de rápida preparación, bebidas bajas en calorías y elaboradas con pulpas naturales. Por esto, se estima que la comercialización de estos productos se incremente sustancialmente en el ámbito mundial.

El comportamiento de la demanda por productos orgánicos y nutritivos, confirma lo anterior; en efecto, ésta ha crecido en la mayoría de los mercados, en los EU., registra un aumento promedio de 20%; en el mercado europeo de 15%; y en Japón 8%.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

### **Mercado Europeo**

En los últimos 10 años, el mercado para el tipo de comida conocida en Europa como "Mexicana" ha representado un buen negocio para las empresas estadounidenses principalmente.

El hecho de que productos alimenticios "tex-mex" estén consolidados en Europa, ofrece una oportunidad a los auténticos "mexicanos" de poder participar en este mercado. Los productos con mayor demanda son: totopos, chiles jalapeños en rodajas, nopales tiernos enteros en salmuera o vinagre, tostadas, frijoles enteros en conserva y alimentos preparados congelados (chiles jalapeños, tacos, quesadillas, enchiladas, entre otros).

### **Mercado Latinoamericano**

El mercado de alimentos y bebidas ha registrado en los últimos cinco años un comportamiento dinámico. Los mayores incrementos en su importación se registran en América del Sur. El mercado demanda tradicionalmente productos étnicos, pero es también perceptible la preferencia hacia alimentos elaborados fuera de la región.

Por otro lado la apertura económica que han tenido la gran mayoría de los países de la región, ha permitido que México obtenga beneficios al amparo de los Acuerdos de Libre Comercio de este sector con Chile, Venezuela, Colombia, Costa Rica, Bolivia y recientemente Nicaragua.

### **Mercado Norteamericano**

Se identifica un gran interés de empresas norteamericanas por fortalecer cadenas productivas en diferentes productos, lo que se traduce en interés por productos intermedios a partir de frutas y vegetales, en contra posición con los productos terminados. Este segmento de la demanda tendrá un mayor dinamismo en los próximos años y resulta de particular interés para las empresas mexicanas.

El tradicional grupo de productos estilo mexicano, enfrenta en la actualidad la competencia de productos similares elaborados en Estados Unidos; esta circunstancia obligará a las empresas mexicanas a ofrecer mayor calidad y diferenciación de su producto. Además se requiere incorporar nuevos productos, particularmente en los renglones de bebidas, dulces, té, etc.

El mercado norteamericano es ostentado en su mayor parte por las grandes cadenas de supermercados y los grandes distribuidores de alimentos; esta circunstancia se convierte en un reto para las pequeñas y medianas empresas que deberán consolidar su oferta, de tal forma que puedan atender los requerimientos en términos de volumen, calidad y precio. Al mismo tiempo, esta situación ha propiciado que la mayor parte de los estándares, regulaciones y



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

requerimientos para este tipo de productos, se hayan unificado y sean más fáciles de atender.

### **3.1.2 PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA MEXICANA**

#### **PRINCIPALES CLASES POR SU CONTRIBUCIÓN AL VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO**

El sector de alimentos procesados y bebidas es uno de los más importantes dentro de la industria manufacturera; destacando por su alta generación de empleos y el crecimiento que ha mostrado en la exportación en los últimos años. Entre los principales indicadores, cabe señalar:

- 4.6% del PIB\* total
- 24.7% del PIB\* de la industria manufacturera
- 2.1% de las exportaciones totales
- 2.8% de las exportaciones de manufacturas
- 2.6% de las importaciones totales
- 3.0% de las importaciones de manufacturas
- 24.7% del empleo del sector manufacturero
- 32.5% del total de establecimientos de la industria manufacturera

#### **Producción**

La división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, está formada por 13 ramas de actividad económica (carne y lácteos, preparación de frutas y legumbres, molienda de trigo, molienda de maíz, beneficio y molienda de café, azúcar, aceites y grasas comestibles, alimentos para animales, otros productos alimenticios, bebidas alcohólicas, cerveza y malta, refrescos y aguas gaseosas, y fabricación de cigarrillos).

Con base en datos de la Encuesta Industrial Mensual de INEGI, durante los años de 1996 a 2000, la producción de alimentos procesados, bebidas y tabaco, mostró un ritmo de crecimiento promedio anual de 14.9%.

#### **PRODUCCION DE ALIMENTOS PROCESADOS, BEBIDAS Y TABACO (MILLONES DE PESOS)**

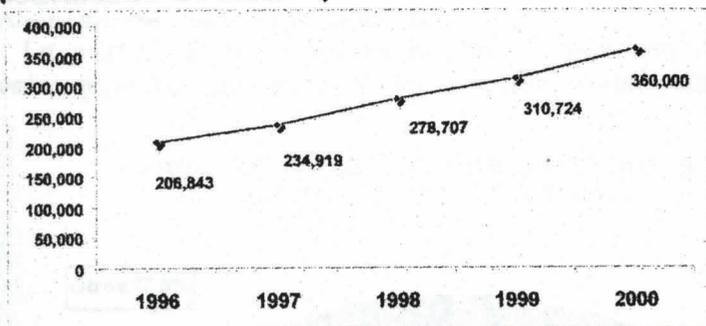
1996	206,843.3
1997	234,919.1
1998	278,706.7
1999	310,723.6
2000	360,000.4
<b>TMCA</b>	<b>14.9%</b>

Cifras acumuladas de los datos mensuales de la Encuesta de INEGI  
TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fuente: Encuesta Industrial Mensual, INEGI

**PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO  
(MILLONES DE PESOS)**

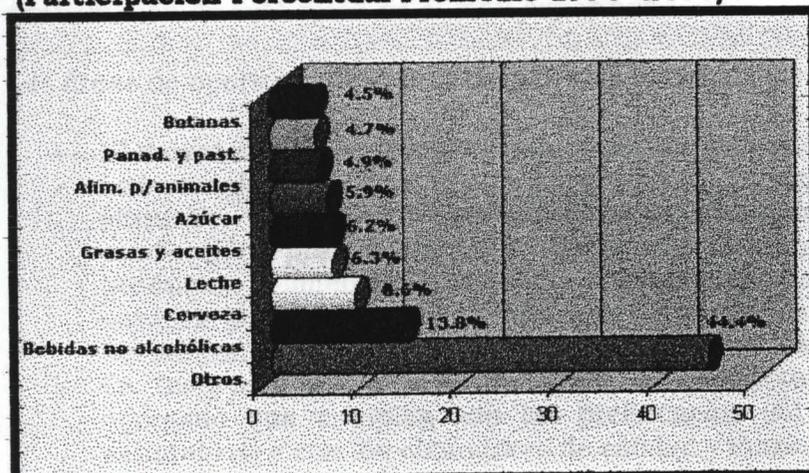


Fuente: Encuesta Industrial Mensual, INEGI

En el periodo de referencia, las clases que destacaron por su dinamismo, al registrar incrementos medios por arriba del obtenido por la división en su conjunto, fueron: elaboración de bebidas destiladas de agave (37.6%); gelatinas, flanes y postres en polvo (27.0%); elaboración de bebidas fermentadas de uva (26.0%); elaboración de crema, mantequilla y queso (24.2%); refrescos y otras bebidas no alcohólicas (24.1%); elaboración de chicles (23.4%); botanas y productos de maíz (22.5%); elaboración de cocoa y chocolate de mesa (22.5%); fabricación y envasado de frutas y legumbres (20.4%); tratamiento y envasado de leche (21.2%), entre otros.

Por su contribución en el producto total de la división de alimentos, las clases más importantes en 2000, fueron: elaboración de refrescos y otras bebidas no alcohólicas (13.8%); fabricación de cerveza (8.6%); fabricación de aceites y grasas vegetales comestibles (6.3%); tratamiento y envasado de leche (6.3%); elaboración de azúcar y productos residuales de la caña (5.9%); preparación y mezcla de alimentos para animales (4.9%); panadería y pastelería industrial (4.7%).

**(Participación Porcentual Promedio 1996- 2000)**

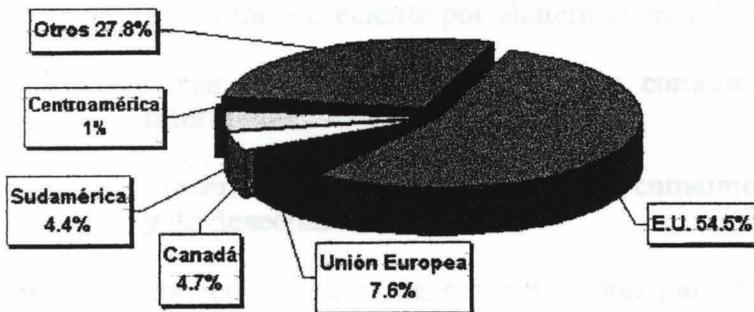


**Citados en el cuadro de Producción de Alimentos y Bebidas por Clase de Actividad Económica**

Fuente: Encuesta Industrial Mensual INEGI

La participación conjunta de estas clases en 2000, representó el 55.6% del valor generado por la producción de alimentos, bebidas y tabaco.

PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO 2000.



**COMPETENCIA INTERNACIONAL CON MEXICO**

De mantenerse el crecimiento que ha mostrado la industria mexicana de alimentos procesados y bebidas, se desarrollará más hacia el mercado externo, ya que actualmente el mercado interno absorbe gran parte de la producción, por lo que su participación en las exportaciones se ubica en alrededor del 3%. Sin embargo, se esperan incrementos sustanciales, en particular en alimentos frescos con valor agregado, bebidas alcohólicas, alimentos estilo mexicano, dulces y chicles; pastelería y cárnicos, entre otros, que probablemente incrementen la contribución de esta rama en el total exportado.

Las áreas de oportunidad identificadas como favorables en el mediano plazo, son:

- El mayor acceso de nuevos productos a los mercados mundiales.
- Las ventajas comparativas de los productos mexicanos favorecidos por la situación geográfica y las condiciones climatológicas que facilitan la producción, prácticamente durante todo el año, de la mayoría de los productos alimenticios (amplia disponibilidad de materia prima que asegura el desarrollo de la industria de procesados, en particular, frutas, hortalizas, etc.); mano de obra y recursos naturales.
- La incorporación a la exportación de productos con un mayor valor agregado que cumplen con las preferencias del consumidor (alimentos saludables) y con los estándares de calidad y manejo internacionales.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

- Las alianzas estratégicas entre pequeños industriales con empresarios líderes en los mercados nacional e internacional.
- La tendencia al cambio en los patrones de consumo mundiales:
  - Creciente demanda mundial por productos con mayor valor agregado
  - Congelados (mezclas, rebanadas, pulpas, pastas, etc.)
  - Concentrados
  - Preferencia creciente por alimentos orgánicos.
  - Otras preparaciones, tanto para consumo final como para uso intermedio.
  - Presentaciones funcionales para el consumo final, fáciles de adquirir y de desechar.

En este sentido, en términos de competitividad para México, la situación más favorable estará enfocada hacia la comercialización de alimentos procesados; es decir, con valor agregado, servicio y diferenciación del producto, que implica una amplia diversidad, en presentaciones que faciliten su adquisición, preparación, conservación y consumo; que además reducen significativamente el riesgo comercial y permiten prever los niveles de rentabilidad.

Los Tratados de Libre Comercio, buscan lograr mejores condiciones de comercio entre las naciones firmantes, propiciando la mejoría en la eficiencia de las plantas productivas, la elevación en los niveles de competitividad de los productos de exportación y asegurar el abastecimiento de bienes y servicios.

Estas negociaciones, contemplan la eliminación progresiva de las barreras arancelarias

### **BALANZA COMERCIAL**

En 2000, la balanza comercial de la división de alimentos, bebidas y tabaco, contribuyó con el 2.1% de la generación de divisas por concepto de exportación total no petrolera, en tanto que en materia de importaciones, representó el 2.6% del total.

El comercio exterior de esta división, ha mantenido un dinámico comportamiento; durante el periodo 1996 - 2000, las exportaciones crecieron a una tasa promedio de 9.3% anual, en tanto que las importaciones se incrementaron 9.8%



Fábrica de  
dulces regionales

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

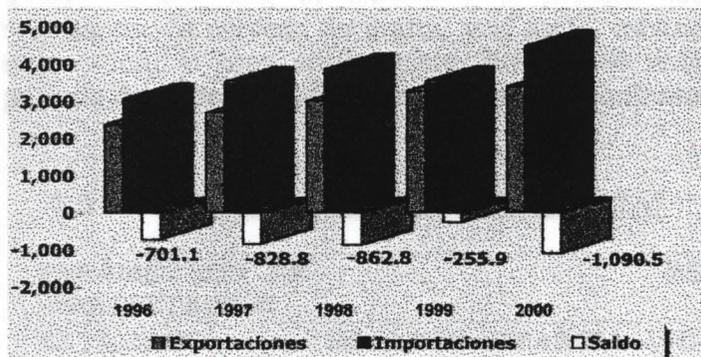
COMERCIO EXTERIOR DE ALIMENTOS PROCESADOS Y BEBIDAS (MILLONES DE DÓLARES)		
AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES
1996	2,396.4	3,097.5
1997	2,723.1	3,552.0
1998	3,034.8	3,897.6
1999	3,304.1	3,560.0
2000	3,419.7	4,510.2
TMCA (% 1996-2000)	9.3	9.8

Fuente: World Trade Atlas.

## BALANZA COMERCIAL DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO

### INCLUYE MAQUILA

(Millones de Dólares)



Fuente: World Trade Atlas.

Al nivel de industrias, la balanza comercial es superavitaria en 11 de ellas, destacando: bebidas alcohólicas, azúcar y derivados, artículos de confitería sin cacao, jugos de frutas, y vegetales congelados.

## IMPORTACIONES

Durante los años de 1996 a 2000, las importaciones de alimentos, bebidas y tabaco, aumentaron en 9.8% en promedio anual, alcanzando un monto de 4,510.3 millones de dólares. Los principales grupos de productos, por su contribución al valor generado, en los años de referencia, fueron: cárnicos (30.5%); lácteos (14.1%); grasas y aceites (13.0%); alimento para animales (7.1%) y otros alimentos procesados; en conjunto, representaron el 71.7% del valor total promedio importado de alimentos procesados y bebidas.

### Principales Alimentos Procesados Exportados

Por el monto generado de divisas en promedio, durante los años de 1996 a 2000, el renglón de bebidas alcohólicas, representó el principal renglón de exportación, al contribuir con el 31.7%, del valor total, siguiendo en orden de importancia, las ventas de azúcar y derivados (6.7%); artículos de confitería sin cacao (6.2%); productos cárnicos (6.1%); productos de panadería, pastelería o galletería (5.3%); otros productos alimenticios (5.2%); vegetales congelados (4.7%); y jugos (4.6%), que en conjunto representaron el 70.6%.

A nivel de producto, por su participación promedio en los años de 1996 a 2000, destacaron las exportaciones de cerveza, tequila y mezcal; dulces; galletas; legumbres y hortalizas congeladas; carne porcina congelada; azúcar de caña en bruto; azúcares de caña o remolacha; productos de panadería, pastelería o galletería; hortalizas preparadas y conservadas en vinagre (chiles en vinagre); y jugo de naranja congelado que en conjunto, representaron el 56.5% de la rama.

Dentro de los principales productos de exportación, las demás salsas (incluye salsas mexicanas), el tequila y el mezcal; los demás azúcares de caña o remolacha; la cerveza de malta; y el agua, incluida el agua mineral y la gaseada con azúcar u otro edulcorante, fueron los más dinámicos, al mostrar, en el periodo de referencia, tasas medias de crecimiento por arriba del 20%.

### 3.2 SELECCIÓN DEL PAIS META<sup>7</sup>

PARÁMETROS DE SEGMENTACION	PAISES				
	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	INGLATERRA	JAPON	ALEMANIA
EXTERNOS					
POBLACIÓN	1	4	5	2	3
PIB	2	4	5	1	3
PRODUCTO NACIONAL BRUTO (GDP)	1	3	5	2	4
TASA DE CRECIMIENTO DE POBLACIÓN ANUAL EN %	1	2	3	2	3
REQUERIMIENTOS NORMATIVOS PARA EL PRODUCTO	1	2	2	4	3
VALOR DE LAS	2	5	3	4	1

<sup>7</sup> Ver anexo 7



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fábricas de dulces regionales

IMPORTACIONES POR SECTOR					
TAMAÑO Y TENDENCIAS DEL MERCADO	1	2	3	4	5
TRATADOS COMERCIALES	1	2	2	1	2
OBSTÁCULOS A LAS IMPORTACIONES	1	2	3	4	5
AFINIDAD CULTURAL (IDIOMA, RELIGIÓN)	1	2	3	4	5
DISTANCIA GEOGRAFICA	1	2	3	5	4
FERIAS ESPECIALIZADAS EN EL SECTOR	1	4	3	2	3
APOYO INSTITUCIONAL DE SU PAIS EN EL MERCADO	2	1	5	4	3
FACILIDAD DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO	1	2	3	4	5
FAMILIARIDAD DEL CONSUMIDOR CON EL PRODUCTO	1	5	5	5	5
<b>INTERNOS</b>					
EXPERIENCIA DE LA EMPRESA EN EL PAIS EN CUESTION	5	5	5	5	5
CONTACTOS DE NEGOCIOS PREVIAMENTE ESTABLECIDOS	5	5	5	5	5
PERSONAL DISPONIBLE PARA ATENDER ESE MERCADO	1	2	3	5	4
RECURSOS FINANCIEROS	1	2	3	5	4

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

SUFICIENTES					
TOTAL	12	1	0	2	1

NOTA: Tomando como núm. 1 mayor puntaje.  
Fuente: www.cia.org www.guiadelmundo.com Bancomext.

En la tabla anterior se muestran los países participantes para la selección del mercado meta, podemos observar que Estados Unidos es el país con mayor puntaje obtenido del estudio, tomando como total la mayor cantidad de números "uno" en cada punto que se ha estudiado teniendo a Estados Unidos como principal con un total de 12 puntos. A continuación se explican los factores que han determinado a Estados Unidos como mercado meta.

Un factor importante para la determinación del país meta es que por la cercanía que tiene México y Estados Unidos, no solo en distancia geográfica, también por la tendencia del mercado (moda) e intercambio de costumbres, los tratados comerciales y pocos obstáculos a las importaciones, la afinidad cultural y la familiaridad del consumidor con el producto, entre otros.

**3.3 ASPECTOS CUALITATIVOS DEL MERCADO. CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. PRACTICAS COMERCIALES Y SITUACIÓN GENERAL DE PRECIOS, CANALES Y PROMOCION**



Fuente: Enciclopedia Encarta 2001.

### 3.3.1 CARACTERÍSTICAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO HISPANO EN ESTADOS UNIDOS



#### ESTADOS UNIDOS

##### **DEMOGRAFIA**

###### **El Estado**

**Nombre oficial:** United States of America.

**División administrativa:** Estado federal. 50 estados y un distrito federal: Columbia.

**Capital:** Washington D.C., 606.900 (1995).

**Otras ciudades:** Nueva York, 7.380.900 hab.; Los Angeles, 3.553.000 hab.; Chicago, 2.721.000 hab.; Houston, 1.744.000 hab.; Filadelfia, 1.478.000 hab. (1996).

**Gobierno:** George W. Bush, presidente desde enero de 2001. Régimen presidencialista y federal. Parlamento bicameral; cada estado envía al Congreso dos senadores y un número de diputados proporcional a su población.

**Fiesta nacional:** 4 de julio, Independencia (1776).

**Fuerzas armadas:** 1.547.300 (1995).

**Otras:** 68.000 (Control Aéreo Civil).

**Población:** 276.219.000 (1999)

**Crecimiento anual:** 1,0 % (1975/98)

**Estimación para el año 2015 (en millones):** 307,7 (1998)

**Crecimiento anual hacia el 2015:** 0,7 % (1998/2015)

**Población urbana:** 76,8 % (1998)

**Crecimiento urbano:** 1,2 % (1980/95)

**Hijos por mujer:** 2,0 (1998)

##### **CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO**

Aun cuando se está incrementando el gusto por la comida mexicana en el segmento anglosajón, las características del mercado hacen natural atender en forma prioritaria a la comunidad hispana y en especial al mercado mexicano. Se comentan a continuación, algunos de los principales nichos de mercado por región en Estados Unidos, así como sus tendencias:

Fuente: Estudios y Perfiles de Mercado Estados Unidos



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

### REGION OESTE

En el Sur de California, las tiendas de alimentos venden más de 23 mil millones de dólares anuales, presentándose en una tendencia clara al aumento por el gusto de los productos étnicos, ya que el segmento hispano es el de mayor crecimiento demográfico. Es importante mencionar, que en la costa oeste de Estados Unidos se encuentran 14 de las 50 principales ciudades con mayor concentración hispana en la Unión Americana, y desde el punto de vista de poder de compra, basta señalar que Los Ángeles se sitúa como la ciudad líder a nivel nacional, con un poder adquisitivo de 67 mil millones de dólares, que se traduce en una oportunidad para los productos alimenticios mexicanos. En importancia le sigue San Francisco, San Diego, Fresno y Sacramento, Phoenix y Tucson.

### REGION SUR

Las tendencias de la región sur de Estados Unidos amplían oportunidades para las empresas mexicanas proveedoras de alimentos frescos y procesados. La cercanía a distribuidores y mayoristas de la zona fronteriza norte de México a las cadenas de supermercados más importantes del sur de Estados Unidos ha propiciado el incremento de la presencia de productos de marcas mexicanas en los anaqueles de tiendas de auto servicio.

Las variaciones en cuanto a ingredientes, sabores, combinaciones de productos en conserva y presentaciones, aunadas a una marca de fácil pronunciación, envases y etiquetas atractivas, además de contenido novedoso y diferente, facilitan su ingreso al mercado de la región, al que concurren sobre todo consumidores de origen hispano.

### REGION NORTE

El sector alimentario es uno de los que más éxito tiene en el norte de Estados Unidos, en cuando a productos provenientes de México. La comida mexicana en el segmento de mercado llamado menudeo tiene un crecimiento de 11%. El mercado total de comida mexicana en Estados Unidos se incrementó a un promedio de 14% en la década de los noventa. Se considera que el consumo de productos hispanos en Estados Unidos, en su mayoría mexicanos, se debe en gran medida, a la creciente aceptación del consumidor estadounidense por este tipo de alimentos.

El poder adquisitivo de los hispanos en la zona de Chicago se estima en 8 mil millones de dólares y las ventas al menudeo alcanzan 5,300 millones. El Condado de Cook, que incluye en mayor parte el área metropolitana de Chicago, ocupa el tercer lugar en cuanto a concentración de hispanos en Estados Unidos.

### REGION NORESTE

La región noreste de Estados Unidos ofrece asimismo, un importante potencial de mercado para los exportadores de comida procesada estilo mexicano. El elevado poder de compra y la concentración poblacional de origen hispano, destacando el estado de Nueva York son factores que han determinado el incremento en el gusto por los productos y platillos estilo mexicano, en las principales ciudades de la región.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

### REGION SURESTE

Los productos alimenticios procesados de mayor demanda en el sureste de Estado Unidos son los alimentos típicos destinados al consumidor de origen hispano, cuya demanda ha sido satisfecha por los importadores y distribuidores locales, debido en gran parte, a su rápido crecimiento en las principales ciudades de los estados de Florida, Georgia, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Virginia.

**Población de origen hispano:** El crecimiento de la población de origen mexicano e hispana en general en las últimas décadas, ha reflejado una clara tendencia al aumento sostenido del consumo de productos étnicos, haciendo su comercialización sumamente atractiva. El gusto por la comida de sus países de origen, aunando al poder adquisitivo del mercado hispano, ha facilitado su ingreso a los anaqueles de los supermercados estadounidenses y es que en ese país el 11.34% es población de habla hispana y existen diversos lugares especiales para que acuda dicha población a realizar sus compras, sin olvidar el sin número de restaurantes de comida mexicana en los cuales los postres de mayor demanda son los dulces y ates mexicanos. Con esto pues se corrobora que los dulces regionales son muy aceptados dentro del mercado norteamericano.

La comida de origen étnico, de moda en las principales ciudades de Estados Unidos con mayor crecimiento demográfico hispano, ha dado paso a la introducción de productos tales como : conservas alimenticias y salsas; chiles, frutas y vegetales en conserva y procesados; jugos y bebidas refrescantes; pastas y galletas; antojitos mexicanos; aderezos; condimentos y confitería.

### PRODUCTOS CON MAYORES POSIBILIDADES

El acercamiento a los integrantes de la industria de alimentos y bebidas en Estados Unidos, tales como productores, mayoristas, detallistas y servicios de alimentos, ha permitido conocer los mecanismos de comercialización y mercadotecnia comunes en el mercado, dando origen a la colocación exitosa de productos como:

- Harina de maíz y arroz, harina para churros.
- Maíz para pozole
- Tamales congelados
- Salsas picantes, moles y chiles en conserva
- Lentejas en lata
- Tortillas y tostadas
- Pastas para sopas
- Botanas
- Dulces, chocolates y galletas
- Jugos de frutas



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- Ates y mermeladas
- Chongos zamoranos
- Cajetas
- Gelatinas y flanes
- Nopales en conserva
- Guacamole congelado
- Achiote, especias
- Polvos para hornear
- Sardinas en tomate
- Bebidas gaseosas, Tequila y Mezcal.

### **POBLACIÓN HISPANA**

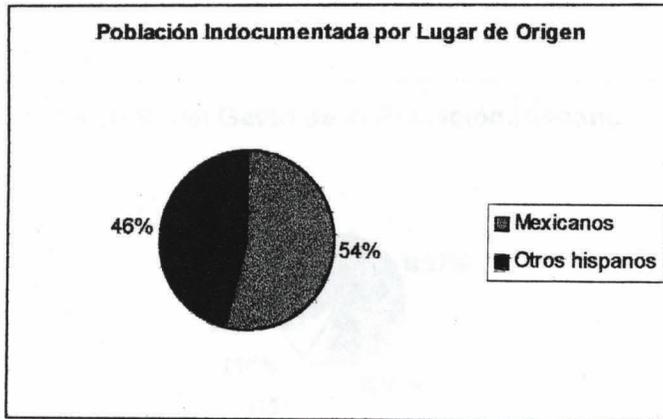
El crecimiento de la población de origen mexicano e hispana en general en las últimas décadas, ha reflejado una clara tendencia al aumento sostenido del consumo de productos étnicos, haciendo su comercialización sumamente atractiva. El gusto por la comida de sus países de origen, aunando al poder adquisitivo del mercado hispano, ha facilitado su ingreso a los anaqueles de los supermercados estadounidenses, ya existen diversos lugares especiales para que acuda dicha población a realizar sus compras, sin olvidar el sin número de restaurantes de comida mexicana en los cuales los postres de mayor demanda son los dulces y ates mexicanos. Con esto pues se corrobora que los dulces regionales son muy aceptados dentro del mercado norteamericano.

En 1990 Estados Unidos contaba con 23 millones de hispanos, para 1999 se estimó que hubo alrededor de 31 millones. El crecimiento de la población en ese período fue de 37.4%. En cuanto al poder de compra, éste se ubicó por encima del promedio nacional (56.7%) durante el mismo periodo 1990-1999. El porcentaje de hispanos dentro del total de población en Estados Unidos es de 11.4%, esta población suma 31 millones de personas, sin embargo su tasa de crecimiento es comparativamente más alta que la de cualquier otro grupo racial en ese país. Se calcula que para el año 2020 se ubique en alrededor de 55 millones, asimismo, es importante señalar, que la población hispana promedia los 25 años de edad y es más joven que el promedio de la población anglosajona y/o afro americana en Estados Unidos.

Los principales factores que han favorecido esta tendencia son: el tamaño y crecimiento de la población y el hecho de que cada vez mas hispanos ocupan posiciones administrativas y profesionales dentro de las empresas.

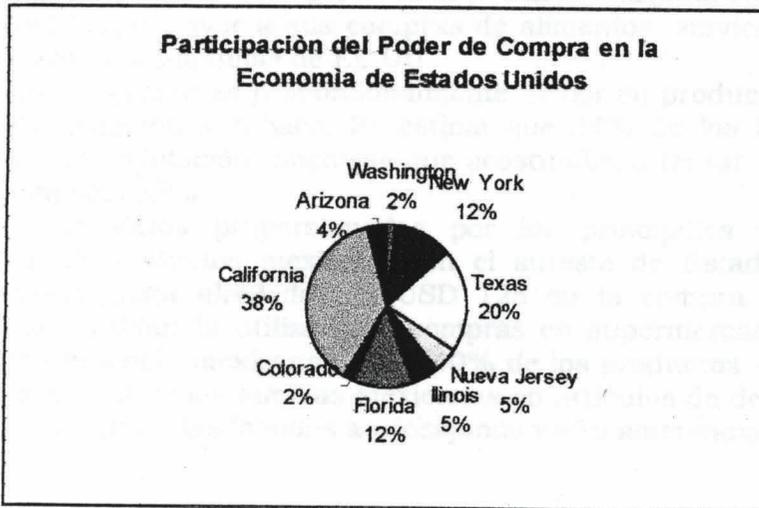
A lo largo de las tres últimas décadas, la población mexicana se ha establecido en el suroeste y oeste-medio de Estado Unidos, principalmente en Estados como California, Nuevo México, Illinois y Texas; fenómeno que se vio favorecido por el importante crecimiento económico que la zona experimentó a lo largo de la década de los 70's y 80's, así como por la cercanía geográfica con la región frontera mexicana.

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"



Fuente: U.S Census Bureau.

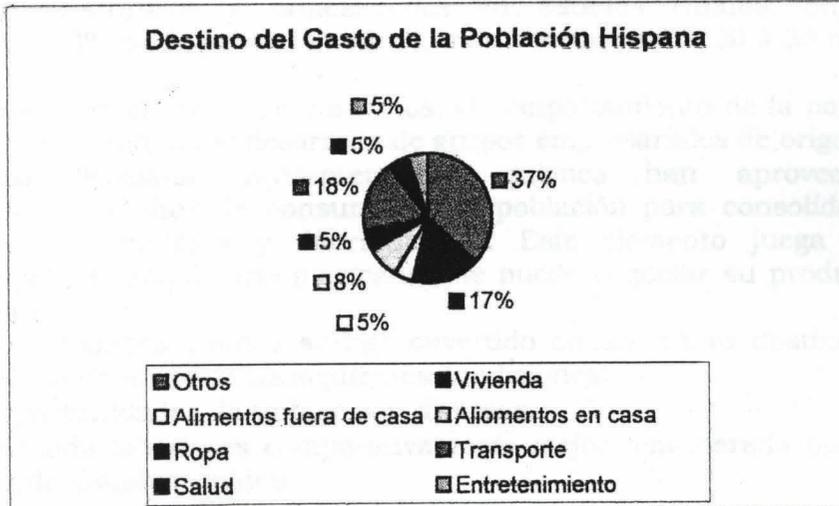
De acuerdo con la Oficina de Censos de Estados Unidos, aproximadamente 54% de la población indocumentada, residente en Estados Unidos, es de origen mexicano, en 1996 se estimó que de cada 5,000 indocumentados que ingresaron a Estados Unidos, 2,700 eran de origen mexicano.



Fuente: Estudios y Perfiles de Mercado Bancomext

Los diez estados con mayor nivel de compra por parte de la población hispana son: California, Texas, Florida, Nueva York, Illinois, Nueva Jersey, Arizona, Nuevo México, Colorado y Washington. Mientras que los estados con las tasas de crecimiento de poder de compra más altas son: Arkansas, Nevada, Carolina del Norte, Vermont, Georgia, Nebraska, Tennessee, Oregon, Dakota del Norte y Washington.

Así es importante considerar que el poder de compra de la población hispana se concentra en unos cuantos estados, solamente cinco cuentan con 71% del total.



Fuente: Estudios y Perfiles de Mercado Bancomext

A pesar de que el promedio de ingreso de la población hispana es bajo, ese grupo estima un porcentaje mayor a sus compras de alimentos, servicios telefónicos y ropa que el resto de las familias de EE.UU.

Por el contrario, su gasto es proporcionalmente menor en productos como libros, educación, capacitación y tabaco. Se estima que 54% de los hispanos pagan renta por su casa habitación, mientras que acostumbran rentar de la población norteamericana sólo 35%.

De acuerdo con datos proporcionados por los principales importadores y distribuidores de productos mexicanos en el sureste de Estados Unidos una familia mexicana gasta alrededor de USD 125 en la compra e su despensa semanal. Esta cantidad la utiliza para compras en supermercados y pequeñas tiendas de conveniencia mexicanas (30 ó 40% de los productos son mexicanos). El consumo semanal de las familias mexicanas en artículos de despensa, es más alto que el que destinan las familias anglosajonas y afro americanas.

#### Tabla de Ingreso de la Población Hispana en Estados Unidos

Ingreso anual (USD)	(%)
Menos DE 10 mil	38.1
10 a 24.9 mil	41.2
25 a 49.9 mil	17.1
50 mil	3.6

Fuente: Census Population Survey Bancomext

De acuerdo con la Oficina de Censos de EE.UU., el nivel de empleo a nivel nacional se encuentra en su mejor nivel y se calcula que en los próximos años el

poder de compra de la población se incrementa en forma importante. Asimismo, señala que a pesar de que los hispanos representan apenas un 4.5% de los empleos administrativos y profesionales en Estados Unidos, en cantidad representan 11.0% de la población oficial, más o menos entre 30 ó 35 millones de personas.

Particularmente en el sector de alimentos, el comportamiento de la población ha influido decisivamente en el desarrollo de grupos empresariales de origen hispano denominados "Hispanic Entrepreneurs", quienes han aprovechado su conocimiento en hábitos de consumo de la población para consolidarse como productores, importadores y distribuidores. Este elemento juega un papel importante para el empresario mexicano que puede negociar su producto en su propio idioma.

El sureste de Estados Unidos se ha convertido en un nuevo destino para los trabajadores mexicanos por las siguientes condiciones:

- Las oportunidades de trabajo son diversas.
- La jornada laboral es comparativamente mejor remunerada que en otras áreas de Estados Unidos.
- Su ubicación es relativamente cercana a nuestro país.
- El clima es razonablemente aceptable durante todo el año.
- No existe una presión intensa por parte de las autoridades migratorias.

Con referencia a estimaciones de Censos de EE.UU., en 1992 había en la zona metropolitana de la ciudad de Atlanta alrededor de 4,405 negocios de propiedad hispana, de los cuales 1,130 pertenecían a mexicanos. Los principales giros de actividad tienen relación con la industria alimentaria entre las que destacan restaurantes, panaderías, carnicerías, tiendas de abarrotes y productos frescos. Actualmente se estiman que existen alrededor de 120 restaurantes tipo mexicano y un número incalculable de pequeñas tiendas mexicanas de abarrotes.

En cuanto a la oferta de productos mexicanos en las cadenas de supermercado como : "Kroger, Publix, Winn Dixie, Cub Foods, etc", cuentan con una sección de productos para hispanos; sin embargo esta no es suficiente variada para satisfacer las necesidades del consumidor mexicano.

### 3.3.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO HISPANO

Población Total	276219000
Mujeres	138200000 ; ( 50.03% )
Hombres	132733000 ; ( 48.05% )
Población Hispana Total	30769000 ; ( 11.4% )
Mediana edad	26.6
Población masculina	15813000
Población femenina	14956000
Población Urbana	76.8%
Población Rural	23.2%



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Alfabeta	97%
Analfabeta	3%
Ingreso por habitante (us\$)	25880.0
Calorías per cápita diarias	3732.0

Fuente: Centro de Servicios Bancomext

Mercado Potencial (15-70 años)	187,915,000
-- Población Rural	43,220,450
= Población Urbana	144,694,550
-- Personas Analfabetas	4,340,836.5
= Mercado Meta Potencial	140,353,713.5
Hombres (48.05%)	72,913,754.16
Mujeres (50.03%)	70,134,750.64
Mercado Meta en %	41.83%
-- Personas otras razas	88.6%
= Segmento de MKD de personas latinas	16,000,323.34

Fuente: Centro de Servicios Bancomext.

### 3.3.3 PRACTICAS COMERCIALES Y SITUACIÓN GENERAL DE PRECIOS, CANALES Y PROMOCION

#### 3.3.3.1 PRACTICAS COMERCIALES

**Formas de Negociar: (Contratos, Horarios de Negocios y Agendas de Negociación)**

**Saludos:**

- Se toman las manos firme y breve entre un hombre y una mujer y se sonríe.
- En situaciones de negocios se menciona primero el nombre, en Estados Unidos el nombre se entiende como el apellido. Existen posibles excepciones que se pueden usar como: Mr., Mrs., o Ms. Para alguna persona de mayor edad o en situaciones de mayor formalidad.
- Como saludos es conveniente decir frases como "Gusto en conocerlo", "Cómo está?", o en casos mas informales un sencillo "Hola".

**Conversación:**

- Los americanos principalmente hablan sobre los negocios, viajes, amigos y eventos mundiales. Acostumbran a ir al cine y restaurantes donde se realizan actividades populares.

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- Baseball, Football, Basketball, golf y tennis son temas de los que pueden ser muy bien vistos charlar en una reunión americana.
- Aspectos para preguntar a la persona con la que entablas una conversación social podrían ser como "Qué haces tú?, Qué tipo de trabajo realizas? y Dónde trabajas o en qué organización trabajas?".
- Los americanos quieren su espacio físico, usualmente un espacio de tres pies hacia la persona con la que se está conversando.

### Puntos clave para la negociación:

- Se debe ser puntual. Los americanos son esclavos del reloj, en situaciones de negocios siempre comienzan 10 o 15 minutos después del tiempo acordado.
- Ser cordial pero comenzando con el punto de discusión antes que ellos puede ser un límite par obtener una conversación muy corta. Los americanos en ocasiones se disculpan de las formalidades al comenzar algún negocio, en especial con negociaciones de más rapidez.
- Es necesario mostrarse educado pero también ser directo y cuidadoso en los comentarios, los negociadores americanos por lo general acostumbran a hacer preguntas como qué te gusta de esto, cuáles son tus metas?; debes ser abierto en tu comunicación, respuestas deshonestas pueden interpretarse como desconfianza, inseguridad o deshonestidad.
- No hacer temas largos de negociación, hacer proposiciones y presentaciones detalladas, actuales, asegurarse de que haya copias para todos los presentes.
- Los negociadores americanos, hacen concesiones en orden a concluir un negocio para luego comenzar con otro.
- Respecto a los términos de negociación, los negociadores americanos son extremadamente concisos en el tiempo del contrato este debe ser muy minucioso y detallado.
- Los negocios usualmente se llevan a cabo en restaurantes.
- La cena es la principal comida del día, pero los negocios comienzan en el desayuno y se concluyen en la cena. La cena comienza sobre las 7:00 p.m. y continúa por una o más de dos horas.
- Se puede discutir el negocio durante la comida.
- En los restaurantes usualmente la propina no esta incluida en la cuenta y es sobre el 15% de lo que se consume.
- Comparado con otros países, las mujeres ocupan el mayor porcentaje en posiciones de gerencia y negociadores.
- Es común hablar de negocios tanto con un hombre como con una mujer.
- Las mujeres son proyectadas como el principal pilar de la fuerza de trabajo desde el año 2000.
- Los padres siempre trabajan fuera de casa. Solo el 7% de la población estadounidense vive una tradicional familia americana, el padre en el trabajo y la madre en casa con los hijos.

Fuente: Exporting to the USA





Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fábrica de dulces regionales

**PRECIO DE LAS IMPORTACIONES DEL DULCE POR SISTEMA ARMONIZADO**

Original Data Value												
Series Id: EIUIP20												
Index Type: HARMONIZED SYSTEM IMPORT INDEXES												
Item: Preparations of vegetables, fruit, nuts, or other parts of plants												
												103.8
102.3	98.0	92.4	91.2	92.0	97.1	100.6	107.0	105.8	103.9	101.9		98.4
97.6	99.8	98.4	102.5	100.9	101.0	97.6	99.6	100.3	98.6	102.5		110.0
112.0	112.8	113.8	114.4	116.6	119.0	120.2	120.4	121.8	122.3	124.8		123.8
127.9	129.0	129.4	134.3	133.4	132.7	132.4	131.1	130.7	126.0	121.2		116.5
118.2	115.3	113.5	110.2	110.4	109.4	109.0	107.9	107.3	106.1	103.8		105.4
105.9	104.7	103.5	104.3	104.6	106.4	106.0	105.1	104.0	105.0	106.0		109.1
112.3	110.9	111.7	112.5	110.7	108.9	108.9	108.0	107.3	100.8	102.6		98.9
100.8	97.2	100.4	102.4	103.0	101.8	101.9	102.4	100.1	97.0	96.2		96.8
98.5	97.6	96.1	96.0	95.5	94.9	94.1	94.1	93.8	91.8	93.3		94.6
98.4	103.4	95.8	93.3	94.4	96.8	99.5	99.9					

Fuente: www.data.bls.gov



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fábrica de dulces regionales

**PRECIO DE LAS EXPORTACIONES DEL DULCE POR SITC**

**Original Data Value**

**Series Id:** EIUIX05

**Index Type:** SITC EXPORT INDEXES

**Item:** Vegetables, fruit and nuts, fresh or dried

			97.0			91.4	n.a.	n.a.	92.0	93.3	95.3	94.1
95.8	93.9	94.7	92.9	95.5	94.1	100.4	98.9	107.8	109.5	106.0	104.5	
104.0	101.6	102.5	100.5	103.5	100.1	106.7	107.4	100.1	97.4	99.8	103.5	
100.4	99.8	106.8	112.0	111.2	107.2	115.2	116.9	122.7	120.9	113.9	111.2	
112.6	111.2	114.9	116.0	115.6	117.8	117.4	117.8	119.0	121.5	118.4	112.6	
113.1	113.6	112.8	111.6	112.3	113.3	116.3	115.2	108.8	109.5	104.1	102.6	
111.3	98.7	102.3	103.6	107.5	109.8	113.3	114.0	110.6	110.8	110.7	111.1	
115.1	109.2	105.8	105.7	108.8	109.9	111.3	109.1	105.1	107.7	105.1	101.7	
101.4	99.2	98.8	101.0	100.4	97.9	101.8	98.8	102.5	98.9	100.1	99.1	
96.9	96.2	97.9	99.8	97.4	98.6	101.7	102.4	100.8	102.1	99.7	100.6	
110.5	102.4	102.5	105.4	103.8	99.0	97.8	98.6					

Fuente: [www.data.bls.gov](http://www.data.bls.gov)



**PRECIO DE LAS IMPORTACIONES DEL DULCE POR SITC**

**Original Data Value**  
**Series Id:** EIUM05  
**Index Type:** SITC IMPORT INDEXES  
**Item:** Vegetables, fruit and nuts, fresh or dried

			107.7			89.9	n.a.	n.a.	89.6	91.0	96.2	91.7
92.3	89.8	85.4	93.0	94.0	96.6	91.3	92.1	93.6	93.0	91.1	89.3	
91.5	86.6	88.0	86.5	89.6	90.1	86.3	87.7	88.0	87.3	88.4	99.0	
105.7	96.6	100.5	91.5	98.0	97.6	107.4	101.2	101.0	100.6	100.4	106.4	
93.1	105.5	102.4	114.6	111.2	98.8	100.2	98.9	107.1	110.4	107.4	102.4	
102.2	104.7	111.8	102.1	101.6	102.2	101.8	103.8	104.0	103.7	104.4	103.1	
103.4	94.3	96.2	101.4	99.6	104.0	112.3	98.7	107.3	114.7	110.2	111.2	
113.4	102.7	102.3	105.5	108.7	103.7	104.1	103.1	102.2	97.0	97.8	104.2	
102.6	102.7	101.8	101.2	97.3	96.2	97.7	98.1	98.4	101.4	97.4	105.1	
106.7	102.3	110.1	102.9	101.1	97.6	98.4	98.2	98.5	99.1	101.5	99.3	
106.8	98.1	104.0	104.9	108.1	102.2	104.9	102.5					

Fuente: www.data.bls.gov

**3.3.3.3 CANALES DE DISTRIBUCION**

Es común que los esquemas de comercialización para alimentos procesados sean a través de importaciones que realizan grandes compañías mayoristas, distribuidoras y brokers, que consolidan en sus centros de distribución,

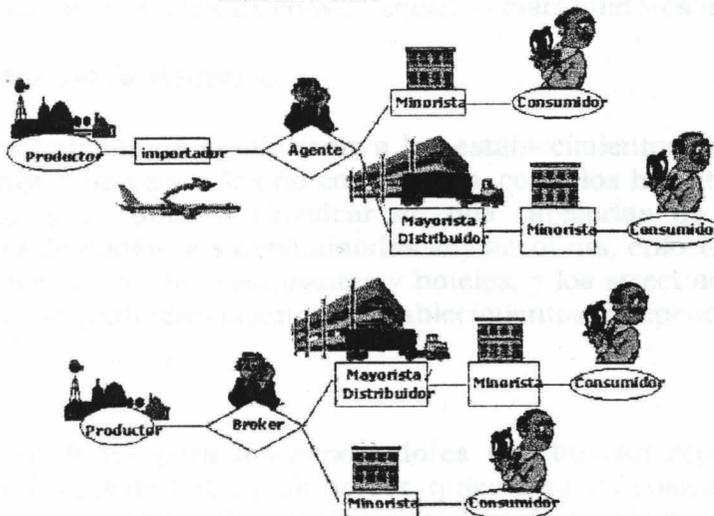
Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

usualmente localizados en Texas, California, Illinois y Arizona, entre otros estados. Posteriormente, se distribuyen a minoristas de otras regiones del país, quienes venden directamente al consumidor final.

Así también, cabe mencionar a los negocios propiedad de mexicanos, que realizan sus importaciones directamente y redistribuyen a pequeños detallistas, tiendas y restaurantes del ramo, en toda la nación.

Dadas las variantes en los canales de distribución, se presentan los correspondientes a Canadá y Estados Unidos.

EE.UU.: CANALES DE DISTRIBUCION POR LA VENTA AL MENUDEO E INTERNACIONAL



Fuente: Elaborado por la Consejería Comercial BANCOMEXT, en Dallas, Texas

**Detallistas**

Se refiere a los supermercados y las tiendas de conveniencia; es decir, aquellos puntos de venta en los cuales se compra comida para "preparar en casa".

**Foodservice**

La otra gran vía a través de la cual los alimentos llegan al consumidor final es el foodservice. En este segmento, se encuentran los restaurantes, hoteleres, líneas aéreas, hospitales e instituciones.

## AGENTES EN LA CADENA COMERCIAL

Que un producto se comercialice a través del sector detallista o foodservice, depende de los objetivos y estrategias. Para llegar a este eslabón de la cadena comercial, se pueden utilizar los servicios de un mayorista - distribuidor, un distribuidor del foodservice, o de un broker o agente.

### Mayorista - distribuidor

Almacenan y distribuyen el producto al cliente final, generalmente detallistas (supermercados o tiendas de conveniencia), o distribuidores más pequeños.

### Distribuidor del foodservice

Son los encargados de suministrar a los establecimientos comerciales, como los restaurantes o bares y a los no comerciales, como los hospitales y hoteles. Estos distribuidores se pueden clasificar en dos categorías de acuerdo al tipo de clientes que atienden; los denominados key accounts, enfocados a la distribución de grandes cadenas de restaurantes y hoteles; y los street accounts, dedicados a la distribución para restaurantes o establecimientos independientes.

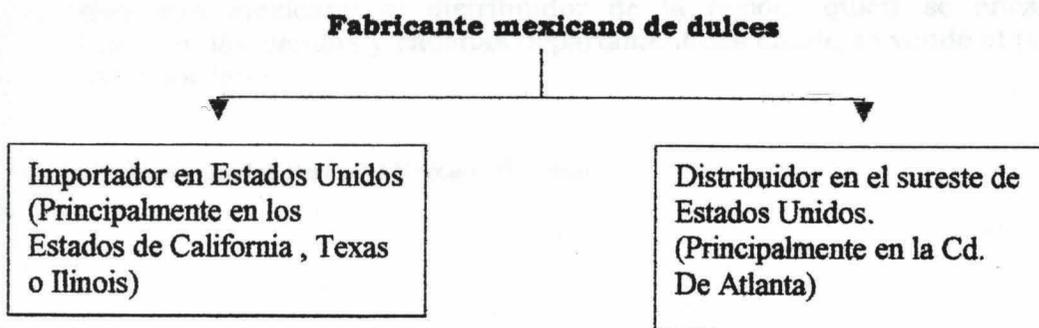
### Broker

Entre las opciones para los exportadores que buscan representante para sus productos, está la de utilizar un broker, quien a su vez colocará los productos con una variedad de mayoristas, distribuidores u otros clientes. Cada una de estas alternativas, conlleva una serie de ventajas y riesgos que deberán ser evaluados.

## Canales de distribución de dulces en Estados Unidos

Canal de distribución número 1.

Canal de distribución número 2.





## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

↓

Distribuidor en el sureste de Estados Unidos (Principalmente en la Cd. De Atlanta)

↓

Distribución a los puntos finales de venta en cadenas de supermercados, tiendas de dulces y tiendas mexicanas.

↓

Distribución a los puntos finales de venta en cadenas de supermercados, tiendas de dulces y tiendas mexicanas.

**1.- Productor Mexicano ---- Importador --- Distribuidor Regional --- Puntos de Venta al Consumidor.** Es muy común que los dulces mexicanos sean importados por compañías de los estados de Texas, California y/o Illinois, para posteriormente ser distribuidos a otras partes del país. En el sureste de los Estados Unidos esto sucede muy frecuentemente con diversas variedades de dulces adquiridos de dichos importadores, quienes se encargan además de identificar en forma constante nuevos compradores.

**2.- Productor Mexicano --- Distribuidor Regional --- Puntos de Venta al Consumidor.** Este es otro canal tradicional y consiste en la exportación directa del fabricante mexicano al distribuidor de la región, quien se encarga de distribuirlo en las tiendas y cadenas departamentales donde se vende el producto al consumidor final.

Fuente: Estados Unidos Perfil del Mercado Hispano

### **3.3.3.4 ACTIVIDADES DE PROMOCION**

Una de las herramientas más efectivas para la promoción y comercialización de los productos es, sin duda alguna, la participación en eventos especializados ya sea nacionales o internacionales, que ofrecen grandes oportunidades a productores para la diversificación de mercados.

A continuación se muestran algunas de las Ferias Internacionales que se realizan año con año en Estados Unidos:

#### **Feria Internacional "Fancy Food & Confection Show"**

Lugar: San Francisco California

Fecha: Enero

Productos a Promover: Salsas, dulces, chocolates, nopales, frijoles, Extractos, Jugos, licores, miel, café, condimentos, té, fruta, alimentos estilo mexicano en conserva, agua, refrescos y cereales.

Características del Evento: Asistencia de 25,075 compradores; 18,273 metros cuadrados de exposición y 1,400 expositores.

#### **"Súper Market Industry Convetion & Expo"**

Lugar: Chicago, Illinois

Fecha: Mayo

Productos a promover: Tequila, frutas frescas, cereales, alimentos enlatados; chiles jalapeños en escabeche, frijoles, nopales, gelatina, guacamole procesado, salsas, especias, jugos y néctares, chocolates, ates, café instantáneo, tostadas.

Asistencia: 33,000 compradores  
1,500 expositores.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fábrica de dulces regionales

### Convención de la SCAA

Lugar: Filadelfia, E.U.

Fecha: Abril

Productos a promover: Productos de café.

### PMA Produce Marketing Association

Lugar: Anaheim California, E.U.

Fecha: Octubre.

Productos a promover: Productos frescos y procesados

Lugar: Oklahoma y Tulsa

Fecha: Por confirmar.

Productos a Promover: Alimentos procesados, alimentos frescos, turismo, construcción.

Lugar: Houston, Dallas y San Antonio, Texas.

Fecha: Por confirmar.

Productos a promover: Alimentos procesados, licores, tabaco, decoración y regalos, puertos, textil y confección.

Fuente: Actos y Servicios Promocionales 2000

### **3.4 ASPECTOS CUANTITATIVOS DEL MERCADO. MEDICIÓN Y TENDENCIAS DEL CONSUMO Y DE LAS IMPORTACIONES, EN VALOR Y/O VOLUMEN EN LOS ULTIMOS AÑOS.**

#### **3.4.1 ASPECTOS CUANTITATIVOS**

##### **CONSUMO PERCÁPITA DEL TOTAL DE LA POBLACIÓN**

MILLONES DE DOLARES U.S.

Estados Unidos	1996	1997	1998	1999	2000
Producción		6,940,605	7,520,932	7,846,184	8,125,689

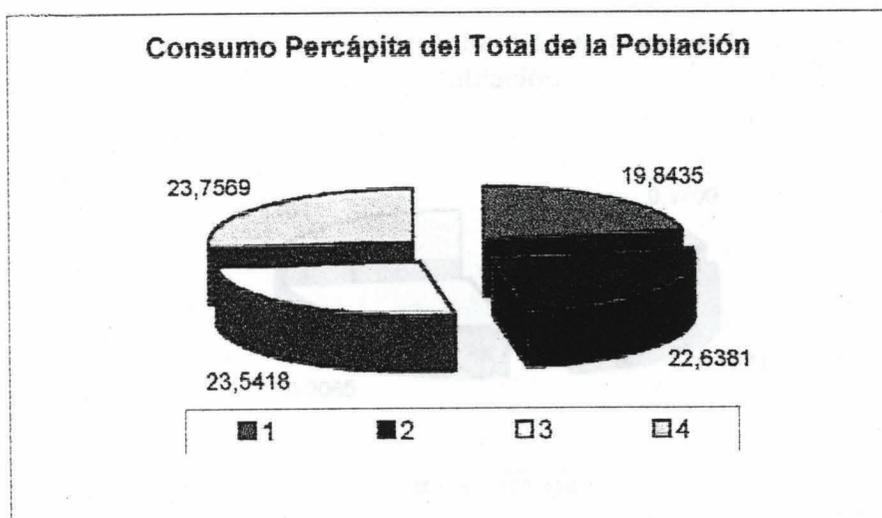


Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fábrica de dulces regionales

+Importaciones	812,579	875,317	1,025,911	1,215,392	1,276,354
-- Exportaciones	2,283,477	2,557,390	2,479,816	2,705,265	2,845,136
=Consumo Aparente		5,258,532	6,067,027	6,356,311	6,556,907
/Total de la Población	263,000	265,000	268,000	270,000	276,000
=Consumo per cápita		19.8435	22.6381	23.5418	23.7569

Fuente: www.census.gov



**CONSUMO PER CÁPITA DEL SEGMENTO DE POBLACION**

MILLONES DE DOLARES U.S.

Estados Unidos	1996	1997	1998	1999	2000
Producción		6,940,605	7,520,932	7,846,184	8,125,689
+Importaciones	812,579	875,317	1,025,911	1,215,392	1,276,354
-- Exportaciones	2,283,477	2,557,390	2,479,816	2,705,265	2,845,136
=Consumo Aparente		5,258,532	6,067,027	6,356,311	6,556,907
/Total de la Población del segmento	30,769,000	30,769,000	30,769,000	30,769,000	30,769,000





Fábrica de  
dulces regionales

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

US imports for consumption at Customs value for HTS8 20079975:  
by import program, in descending value of 2001 imports

Program	1999	2000	2001		2002		Percent change YTD20 01- YTD20 02
	--thousand dollars--				Percent of total	January-July --thousand dollars--	
All programs	\$6,370. 9	\$5,728. 4	\$8,504. 4	100.0 %	\$5,707. 7	\$981. 8	-82.8%
Country of origin; no special programs claimed.	\$5,666. 1	\$4,972. 3	\$7,308. 6	85.9%	\$4,951. 9	\$432. 2	-91.3%
Generalized System of Preference (GSP).	\$336.0	\$413.6	\$882.6	10.4%	\$554.0	\$459. 9	-17.0%
Caribbean Basin Economic Recovery Act of 1983 (CBERA).	\$179.8	\$189.3	\$157.1	1.8%	\$103.5	\$71.5	-30.9%
North American Free Trade Agreement (NAFTA).	\$179.6	\$120.1	\$113.7	1.3%	\$70.2	\$18.1	-74.2%
Andean Trade Preference Act (ATPA).	\$9.4	\$26.3	\$33.3	0.4%	\$18.9	\$0.0	- 100.0 %
United States/Israel Free Trade Area Implementat	\$0.0	\$6.8	\$9.2	0.1%	\$9.2	\$0.0	- 100.0 %

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

ion Act of 1985.							
---------------------	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: USITC Trade Database--Web Access

**US imports for consumption at Customs value for HTS8 20079975:**  
by statistical suffix (HTS10), in descending value of 2001 imports

Suffix	1999	2000	2001	Percent of total	2002		Percent change YTD20 01- YTD20 02
	--thousand dollars--				January-July	--thousand dollars--	
All suffixes	\$6,370. 9	\$5,728. 4	\$8,504. 4	100.0 %	\$5,707.7	\$981.8	-82.8%
00.--FRUIT JELLIES OTHER CURRANT OR BERRY	\$6,370. 9	\$5,728. 4	\$8,504. 4	100.0 %	\$5,707.7	\$981.8	-82.8%

Fuente: USITC Trade Database--Web Access

**3.4.2 IMPORTACIÓN POR FRACCIÓN ARANCELARIA PROVENIENTE DE MÉXICO.**

MILLONES DE DOLARES U.S.

AÑO	1997	1998	1999
EL MUNDO	0.118	0.169	0.341
ESTADOS UNIDOS	0.040	0.003	0.013

Fuente: The World Trade Atlas

TOTAL VOLUMEN KGS.

AÑO	1997	1998	1999
EL MUNDO	119,625	165,979	279,594
ESTADOS UNIDOS	80,941	294	9,506

Fuente: The World Trade Atlas

La tabla muestra el valor total de las exportaciones mexicanas en millones de dólares y por volumen de kilogramos. Esto comprueba una vez mas que México está logrando penetrar a nuevos mercados, aumentando el crecimiento del monto anual para las exportaciones de dulces mexicanos al mercado de Estados Unidos y el Mundo.

### **3.5 BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO**

#### **3.5.1 BARRERAS ARANCELARIAS**

##### **TRATAMIENTO ARANCELARIO**

La fracción arancelaria para Estados Unidos, es 20.07.99.75 y está libre de arancel

#### **3.5.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS**

En Estados Unidos aplican diversas regulaciones en materia de etiquetado y sanidad que establece principalmente el Food and Drug Administration (FDA) a la importación y comercialización de productos e insumos alimenticios particularmente si el producto está destinado para consumo humano.

En materia sanitaria, la importación en Estados Unidos de alimentos procesados está sujeta principalmente a lo que establece el FDA en materia de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Esto significa que dentro del proceso de producción, envasado y transporte de la sal se observen los aspectos higiénico-sanitarios necesarios con objeto de que el producto sea seguro.

Asimismo, habrá que tomar en consideración que el FDA ha establecido para algunos productos o insumos en alimentos (por ejemplo, para la sal de mesa) grados máximos de impurezas que pudiera contener éstos. En este sentido, el exportador mexicano deberá cuidar en estos casos cumplir con los niveles de tolerancia de sustancias extrañas y/o sustancias añadidas.

##### **REGULACIONES SANITARIAS**

#### **LEY FEDERAL DE ALIMENTOS MEDICAMENTOS Y COSMÉTICOS**

La importación en Estados Unidos de productos e insumos alimenticios, está regulada principalmente por la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (LFAMC), que es un reglamento promulgado por el Food and Drug Administration (FDA).



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

En términos generales, esta ley requiere que todos los pasos del proceso de producción se protejan de contaminación por contacto o manejo inadecuado. Tal protección incluye el almacenamiento adecuado para evitar el desarrollo de insectos y plagas; uso de equipo limpio; control de posibles fuentes de contaminación del drenaje y supervisión del personal que está en contacto directo con el producto.

Toda importación de alimentos en el mercado estadounidense está sujeta a inspección en el puerto aduanero de ingreso por parte de oficiales del FDA. Los embarques que no cumplan con las regulaciones sanitarias y de etiquetado requeridas serán detenidos en la aduana, y podrán ser destruidos o reexportados al país de origen.

Cabe mencionar, que la LFAMC de Estados Unidos, prohíbe la importación o distribución en el mercado de alimentos que estén adulterados o mal etiquetados por lo que habrá que cuidar el cumplimiento de estos términos.

El término adulterado incluye aquellos productos defectuosos o producidos en términos insalubres. El término mal etiquetado se refiere a aquellas leyendas, diseños, dibujos, que aparezcan en la etiqueta y que no proporcionen la información correcta al consumidor o lo induzca a una mala interpretación.

En este contexto, todos los alimentos deben ser elaborados bajo condiciones higiénicas. Así mismo, se debe cuidar que el producto no contenga materias extrañas, como por ejemplo: basura, tierra, fragmentos de pelo de roedores y partes de insectos, entre otros. Así como cualquier otro elemento extraño al producto. Esto implica cumplir con las disposiciones que establecen la Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) de la FDA.

En principio, todo producto alimenticio que cumpla con las BPM puede ingresar al mercado estadounidense en virtud de que con ello se estaría garantizando que los productos han sido procesados en plantas que cumplen con las condiciones sanitarias establecidas por la FDA.

Por otro lado, para aquellos productos alimenticios en los que se detecta alguna irregularidad en los niveles e tolerancia de sustancias extrañas que pongan en riesgo la salud del consumidor, se les aplicará una Detención Automática que implica que los productos importados son detenidos en la aduana de entrada.

La FDA toma como referencia las medidas establecidas por la Food and Chemical Codees (FCC), las cuales son mejor conocidas como Defect Actino Levels (DALs), mismas que se establecen cuando se considera necesario para algunos alimentos o materias primas utilizadas en productos alimenticios. Cabe aclarar, que los criterios de la FDA para modificar estos niveles pueden cambiar en cualquier momento.

## **BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA**

Las regulaciones de la FDA referentes a las Buenas Prácticas de Manufactura de los alimentos determinan que éstos no deben ser preparados, empacados o manejados bajo condiciones insalubres. Asimismo los alimentos no deben contener sustancias dañinas, en proporciones más allá de los niveles de tolerancia que pudieran establecerse por la propia FDA.

Las condiciones sanitarias aceptables, así como la utilización de sustancias o aditivos nocivos a la salud pueden ser determinados para cada empresa a través de una inspección a la fábrica y a los procesos de producción. Además, el productor de alimentos deberá en todo momento, de contar con procedimientos de control de calidad que puedan asegurar mínimos grados de contaminación en ésta.

### **Principales puntos de vigilancia en un proceso de Buenas Prácticas de Manufactura**

Los exportadores de alimentos a Estados Unidos deben tener en cuenta algunos puntos básicos que deben cubrir a fin de cumplir con las regulaciones que establece la FDA para considerar que el alimento importado cumple con las condiciones sanitarias establecidas. Algunos de estos puntos que se deberán atender con los siguientes:

#### **a) Personal encargado en la fabricación**

El personal encargado de la fabricación del alimento debe contar con una certificación médica de buena salud, no tener heridas abiertas o excoriaciones o cualquier otro foco de contaminación microbiológica que pueda afectar al alimento a través del contacto directo.

El personal que esté en contacto directo o indirecto con los alimentos, materiales de empaque y cualquier otra superficie que tenga contacto con ésta, deberá de mantener prácticas higiénicas. Lo anterior incluye, ropa adecuada de trabajo, limpieza personal de trabajador, no trabajar con pulseras, anillos o cualquier tipo de accesorios que pueda desprenderse y estar en contacto con el producto.

Se deberán utilizar guantes perfectamente higiénicos para el manejo directo del producto, asimismo se deberán utilizar bandas, mallas y cualquier accesorio para cubrir el cabello del personal que esté en contacto con éste.

Tomar otro tipo de medidas de prevención para proteger la contaminación del producto. Entre otras, se encuentran evitar el contacto con cosméticos, tabaco, medicinas que se apliquen a la piel, goma de mascar, etc.

El personal de supervisión en los procesos de elaboración de alimentos deberá tener una capacitación y entrenamiento adecuado sobre las técnicas de manejo de alimentos, especialmente en los aspectos de sanidad.

#### **b) Condiciones de la fábrica**

Las características físicas de la fábrica donde sea elaborado o procesado el producto, también deberán contar con condiciones sanitarias que protejan al producto de cualquier contaminación.

Las construcciones deben tener pisos, paredes y techos con suficiente espacio, para que permanentemente puedan ser limpiados y/o reparados. Asimismo, éstos deberán tener una adecuada ventilación y equipo de control para minimizar olores.

Las superficies que están en contacto con el alimento deben ser lisas y pulidas a fin de minimizar la acumulación de partículas de basura y cualquier material orgánico que constituya un riesgo de crecimiento de microorganismos.

#### **c) Procedimientos sanitarios**

Las operaciones de higiene deben caracterizarse por asegurar que se mantengan las condiciones sanitarias que prevengan la contaminación del producto. Para tal fin, se deberán mantener higiénicos los utensilios y el equipo que se utilice para la limpieza de las áreas de trabajo.

Se deberá cuidar la seguridad de las sustancias y materiales utilizados en los procesos sanitarios. Algunos materiales tóxicos sólo son aceptados de utilizarse en las áreas de producción del producto, cuando sean necesarios para conservar las condiciones sanitarias o para mantener la operación del equipo.

#### **d) Instalaciones sanitarias**

La planta procesadora también deberá garantizar que cuenta con las instalaciones sanitarias requeridas, mismas que incluyen instalaciones de agua y drenaje. Este último deberá ser el adecuado para la descarga del agua utilizada, asegurando que no se constituya en un foco de contaminación del producto. Se deberá tener la temperatura y presión del agua requeridas para cada proceso.

#### **e) Proceso de producción**

Todas las operaciones del procesamiento del alimento, deben de ser revisadas a fin de cumplir con las normas de manufactura establecidas por la FDA. Esto incluye desde las etapas de recepción y preparación del producto, hasta el transporte y almacenado del mismo. Todos estos procesos deben de realizarse de acuerdo con los principios de sanidad requeridos.

Se debe controlar e inspeccionar que cualquier aditivo utilizado en la elaboración del alimento haya sido tratado higiénicamente y que cumpla con las condiciones sanitarias necesarias para ser utilizadas en el procesamiento del producto.

### **f) Aditivos permitidos**

Respecto de los aditivos utilizados para consumo humano, el FDA permite el uso de aditivos que se consideren seguros bajo el principio de BPM. No obstante, es importante señalar que el FDA ha restringido el uso de ciertos aditivos en determinados alimentos, así como su cantidad máxima permitida.

### **GRADO DE ACIDEZ DE LOS ALIMENTOS**

Es importante determinar el grado de acidez de los alimentos , ya que esto determinará se se debe cumplir con regulaciones adicionales.

#### **Alimentos bajos en acidez**

Un alimento es considerado bajo en acidez, cuando presente un equilibrio pH mayor a 4-6 y una humedad mayor a .085.

### **REGULACIONES DE ETIQUETADO**

Todo producto alimenticio envasado para consumo humano, que se comercialice en el mercado estadounidense deberá cumplir con las regulaciones en materia de etiquetado que establece la propia FDA.

En este contexto, la información general que deberá contener la etiqueta en inglés, puede incluirse también en español. Esta información básica es la siguiente:

#### **Nombre común del producto:**

- Cada producto alimenticio debe registrar en la etiqueta la frase que principalmente identifique al producto en letras prominentes. Se puede utilizar el nombre común o usual que mejor identifique al producto.
- El tamaño de la letra utilizada para el nombre que identifique al producto deberá ser por lo menos de la mitad del tamaño de la letra más grande utilizada en la etiqueta, que puede ser el nombre o marca comercial que identifique al producto.
- Esta declaración deberá ir inmediatamente seguida del nombre del producto, en un tamaño de letra que no sea menor en tamaño a aquella requerida para declarar el contenido neto del producto.
- Asimismo, se a la sal se le ha añadido un agente antiendurecedor, deberá mostrar además de la declaración de ingredientes, una declaración del (los) agente(s) antiendurecedor (es) describiendo las propiedades otorgadas por éste al producto, como por ejemplo, el permitir que la sal no se aterrone.



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**Nombre y dirección del productor, empacador o distribuidor:**

- Con objeto de incluir esta información en el panel visual principal de la etiqueta, si la empresa exportadora, es a su vez la productora o distribuidora del producto, deberán utilizarse frases preestablecidas, como son, según sea el caso: **Manufactured for----- o Distributed by-----**.

**Cantidad neta del producto:**

- El panel visual principal del empaque o la etiqueta de la sal debe mostrar la declaración del contenido neto del producto. Es decir, el peso o la cantidad expresado en las diversas unidades de medida aceptadas, siendo: **onzas, libras, gramos.**

Para la sal, se establece que el contenido neto deberá estar en términos de medida en seco ya que se trata de un producto árido. La unidad de medida en seco es el bushel estadounidense de 2.150.42 pulgadas cúbicas. Los múltiplos utilizados para este producto son los siguientes:

DRY PINT-----	-----0.550L
DRY QUART-----	2 DRY PINTS-----1.1L
PECK-----	8 DRY QUARTS-----8.81L
BUSHEL-----	4 PECKS-----35.74L

Fuente: Guía de Exportación Sectorial "Alimentos Procesados".

- La declaración de la cantidad neta del producto puede estar expresada en términos de  $\frac{1}{2}$ ,  $\frac{1}{4}$ ,  $\frac{1}{8}$ ,  $\frac{1}{16}$ ,  $\frac{1}{32}$ , excepto para aquellos productos en que exista otra fracción comúnmente usada. Para el segundo caso, no podrán ser utilizados más de dos decimales.
- Esta declaración debe aparecer en un renglón distinto de la demás información contenida den le panel principal de la etiqueta. En este sentido, la distancia vertical que debe existir entre la descripción del contenido neto y cualquier otro texto, ilustración, fotografía o borde deberá ser por lo menos de la altura de la letra **N** de la palabra utilizada en la declaración del contenido neto (Net wt.). Hacia los lados (izquierda y derecha) debe existir al menos un espacio igual a dos veces el ancho de esta letra **N**.
- La declaración del contenido debe aparecer dentro del d30% de la superficie del panel principal de la etiqueta, en la parte inferior y en forma paralela a la base del producto.
- Para envases que contengan un panel visual principal de 5 pulgadas cuadradas o menos, el requerimiento de incluir la declaración de peso del



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- producto dentro del área inferior del 30% del panel de la etiqueta, puede no aplicar, si se cumple con los otros requisitos.
- Estos textos deben utilizar letras de molde y aparecer en un lugar conspicuo, en forma legible y que contraste con el fondo de la etiqueta, cumpliendo con las siguientes especificaciones:
    - a) El radio de la altura y ancho (de la letra) no debe exceder un diferencial de 3 a 1 unidades (no más de 3 veces el alto en relación al ancho).
    - b) La altura de la letra se relaciona con el uso de mayúsculas (aunque se permite el uso de mayúsculas y minúsculas, en cuyo caso deberán cumplir los estándares mínimos de altura requerida).
    - c) Cuando se utilicen fracciones, cada componente numérico debe cumplir con la mitad del estándar de altura requerido.
  - La declaración del contenido debe estar en tipo de letra y número establecido en relación al área del panel principal del paquete. Todos los paquetes del mismo tamaño, deben contener el formato de información del peso cumpliendo las siguientes especificaciones:
    - a) No menos de 1/16 pulgadas en altura en paquetes cuyo panel principal tiene un área mayor o igual a 5 pero menos de 25 pulgadas cuadradas.
    - b) No menos de 3/16 pulgadas en altura en paquetes cuyo panel principal tiene un área mayor de 25 pero menor de 100 pulgadas cuadradas.
    - c) No menos de ¼ pulgadas en altura en paquetes cuyo panel principal tiene un área mayor a 100 pulgadas.
    - d) No menos de 1/8 pulgadas en altura en paquetes cuyo panel principal tiene un área mayor o igual a 5 pero menos de 25 pulgadas cuadradas.
    - e) Para áreas con una superficie mayor a 400 pulgadas cuadradas, la altura de la letra no podrá ser menor a ½ pulgada.

Si la declaración del peso no esta grabada, moldeada, etc. En envases de vidrio o plástico (excepto impresa o coloreada, por ejemplo) el tamaño de la letra debe ser incrementado en 1//16 de pulgada.

Para paquetes que contengan 4 libras o más de peso, la declaración de la cantidad neta debe expresarse en libras con el remanente en onzas o en fracción decimal o común de la libra.

### **Lista de Ingredientes:**

- El listado de los ingredientes deberá ser en orden decreciente de predominio por peso o por volumen.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- Deberá utilizarse el nombre común o usual del ingrediente.
- Cuando un ingrediente contiene 2 ó más ingredientes declarados con nombre común deberán ser descritos en la declaración de ingredientes seguidos por un listado entre paréntesis de todos los ingredientes contenidos en orden decreciente de predominio, excepto los ingredientes opcionales pueden ser declarados en un listado sin paréntesis.
- Cuando los ingredientes del alimento están contenidos en montos iguales o menores a 2%, puede aparecer esta información al final de la lista de ingredientes utilizando alguna de las siguientes expresiones:

Contains-----percent or less of-----o, Less than-----  
-----of-----

### **País de origen:**

Se deberá incluir en la etiqueta principal una leyenda que manifieste que es un producto hecho en México. Para este caso pueden ser utilizadas las siguientes frases:

Hecho en México o Product of México

### **Descripción de nutrientes en la etiqueta:**

Adicional a la información del etiquetado principal, el FDA exige que se presente en la etiqueta de los alimentos procesados destinados para su consumo la descripción de los nutrientes que contiene el producto.

### **Código de Barras:**

El Código Universal de Barras (Universal Product Code), conocido como UPC por sus siglas en inglés, es un sistema numérico que identifica a los diferentes fabricantes o proveedores y a los diversos productos que son comercializados.

El código proporciona un método eficiente y económico para controlar el flujo de mercancías a través de un sistema numérico de identificación. El mecanismo de este sistema requiere de un equipo automatizado que permita a través de un lector óptico, codificar los símbolos, identificar el precio de venta, el fabricante, el país de procedencia (en caso de productos importados), el producto el sí mismo, y alguna otra información.

El UPC es indispensable para productos que se comercializan en tiendas de autoservicio o supermercados. En el caso de exportar varios productos será necesario registrar un código por cada producto aunque los 7 dígitos serán siempre los mismos, por ser el mismo país y el mismo fabricante.

### **Procedimiento para la obtención del código de barras<sup>8</sup>**

Fuente: Guía de Exportación Sectorial Alimentos procesados

<sup>8</sup> Ver anexo 8

### 3.6 ANALISIS DE LA COMPETENCIA DEL MERCADO

#### ESTADOS UNIDOS ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES.

País de Origen	1995	1996	1997
Canadá	92.39	99.59	131.42
Reino Unido	71.03	84.27	90.87
<b>México</b>	<b>65.57</b>	<b>74.96</b>	<b>90.80</b>
Alemania	46.41	38.74	33.30
Holanda	22.44	31.72	28.59
Otros Países	154.15	154.54	159.06
<b>Total Mundo</b>	<b>\$451.99</b>	<b>\$483.82</b>	<b>\$534.04</b>

Fuente: World Trade Atlas, Octubre 1998  
Cifras en millones de dólares.

En 1997 el volumen de las importaciones procedentes de México fue de USD \$90.8 millones. Este volumen representó el 17% de las importaciones totales realizadas por EE.UU. México fue el tercer país exportador de dulces y caramelos a Estados Unidos en 1997, sus principales competidores fueron Canadá y Reino Unido.

#### CRECIMIENTO Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES A ESTADOS UNIDOS

	1997 Millones De USA.	% DE participación	Crecimiento 97/96 (%)
Canadá	131.42	24.61	32.0
Reino Unido	90.87	17.02	7.8
<b>México</b>	<b>90.80</b>	<b>17.00</b>	<b>21.0</b>
Alemania	33.30	6.24	-14.0
Holanda	28.59	5.35	-9.9
Otros países	159.06	29.78	2.9
<b>Total Mundo</b>	<b>534.04</b>	<b>100.00</b>	<b>10.4</b>

Fuente: World Trade Atlas, Octubre de 1998

Por su cercanía geográfica y la desgravación arancelaria acordada en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, el mercado de dulces y caramelos de Estados Unidos ofrece importantes oportunidades de negocios. Durante 1997 las exportaciones mexicanas tuvieron un incremento del 21% con respecto al mismo período del año anterior.



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**DATA 9802: U.S. Imports under HTS 9802 by Chapter and Country**  
(in thousands of dollars)

**PREPARATIONS OF VEGETABLES, FRUIT, NUTS, OR OTHER PARTS OF PLANTS**

Country	Customs	U.S.	Customs	U.S.	Customs	U.S.
	value	value	value	value	value	value
	1999	1999	2000	2000	2001	2001
Australia						
China			51	32		
Indonesia						
Thailand			90	31	1,777	424
<b>Grand Total 0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>142</b>	<b>64</b>	<b>1,777</b>	<b>424</b>

Fuente: USITC Trade Database--Web Access

**US imports for consumption at Customs value for HTS 20079975:**  
by sources, in descending value of 2001 imports

Source	1999	2000	2001		2002		Percent change YTD2001- YTD2002
	--thousand dollars--			Percent of total	January-July		
					--thousand dollars--		
All sources	\$6,370. 9	\$5,728. 4	\$8,504. 4	100.0 %	\$5,707. 7	\$981. 8	-82.8%
Taiwan	\$4,315. 6	\$3,445. 5	\$4,250. 1	50.0%	\$3,895. 9	\$95.1	-97.6%
China	\$699.4	\$818.6	\$2,317. 1	27.2%	\$579.2	\$59.6	-89.7%
Thailand	\$142.5	\$278.9	\$719.6	8.5%	\$461.8	\$178. 4	-61.4%
Switzerland	\$84.5	\$227.7	\$167.0	2.0%	\$92.9	\$73.4	-21.0%
Hong Kong	\$4.2	\$45.6	\$145.3	1.7%	\$91.3	\$8.0	-91.2%
Japan	\$97.3	\$73.0	\$96.0	1.1%	\$77.8	\$65.5	-15.8%
Canada	\$166.7	\$98.1	\$79.7	0.9%	\$57.7	\$11.1	-80.8%
Italy	\$28.6	\$3.4	\$76.4	0.9%	\$69.7	\$14.4	-79.3%



Fábrica de  
dulces regionales

### Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Korea, Republic of	\$39.3	\$65.5	\$74.9	0.9%	\$45.8	\$27.2	-40.6%
Jamaica	\$50.0	\$43.7	\$72.2	0.8%	\$40.5	\$32.5	-19.8%
France	\$113.8	\$90.1	\$66.5	0.8%	\$36.4	\$32.8	-9.9%
Dominican Republic	\$64.2	\$55.2	\$39.8	0.5%	\$24.9	\$33.1	32.9%
Australia	\$100.8	\$29.9	\$36.2	0.4%	\$17.7	\$0.0	-100.0%
Mexico	\$12.9	\$28.1	\$36.1	0.4%	\$14.5	\$7.0	-51.7%
Costa Rica	\$99.6	\$95.4	\$34.2	0.4%	\$34.2	\$0.0	-100.0%
Poland	\$17.0	\$9.3	\$33.6	0.4%	\$4.4	\$65.1	1,379.5%
Ecuador	\$5.4	\$2.8	\$25.0	0.3%	\$18.9	\$0.0	-100.0%
Ireland	\$59.0	\$17.6	\$25.0	0.3%	\$25.0	\$12.1	-51.6%
Pakistan	\$0.0	\$8.8	\$22.6	0.3%	\$16.8	\$2.3	-86.3%
Guatemala	\$0.0	\$0.0	\$22.4	0.3%	\$0.0	\$22.1	
Croatia	\$31.7	\$52.1	\$21.7	0.3%	\$12.3	\$15.0	22.0%

Fuente: USITC Trade Database--Web Access

### EMPRESAS MEXICANAS EXPORTADORAS A ESTADOS UNIDOS

El mercado estadounidense ofrece oportunidades de exportación para las empresas mexicanas productoras de dulces y caramelos. A continuación se presentan las principales empresas mexicanas exportadoras de dulces a Estados Unidos:

La Costeña Ate (mango) F.A. 200799	Dulces Regionales Tres Reyes Ate (membrillo, guayaba) F.A. 200799	Interproduct S.A. de C.V. Ate de membrillo, guayaba, dulce F.A. 170490
Dulces la Paloma Ate de membrillo, dulce (rollo de canela, guayaba, encanelada) F.A. 170490	Alimentos Madre S.A. de C.V. Dulce F.A. 170490	Ates y Dulces Zacatecanos la Bufo S.A. de C.V. Dulce de guayaba F.A. 180620
Cacao y Cafés del Sur S.A. de C.V.	Candy Color de México Dulce	Chupoaletas S.A. de C.V.



Fábricas de dulces regionales

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Dulce F.A. 170490	F.A. 170490	Dulce F.A. 170490
Comercializador de productos básicos de México S.A de C.V. Dulces F.A. 170490	Dealmex Internacional S.A de C.V. Dulces de leche, coco, cacahuete regional F.A. 170490	Dolcimex S.A. de C.V. Dulce Sony Boy F.A. 170490
Dulcería la Tapatía S.A. de C.V. Dulces F.A. 170490	Dulces Bany S.A de C.V. Dulces 170490	Dulces Totito S.A. de C.V. Dulce de coco con leche, Dulce F.A. 170490
Dulces y Chocolates Luxus S.A de C.V. Dulce F.A. 170490	Fabrica de chocolates y dulces Las Delicias S.A. de C.V. Dulces típicos, dulce regional F.A. 170420	

Fuente: The World Trade Atlas (Disco Bancomext)

### 3.7 ANALISIS DEL MACROENTORNO, DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

#### 3.7.1 LA SOCIEDAD DE EUA.

**Pueblo:** el pueblo de los Estados Unidos se ha formado con aportes migratorios de todas partes del mundo, entre los cuales los alemanes, irlandeses e italianos han sido los más numerosos. 11% de la población tiene ancestros africanos, 10% latinoamericanos. Hay aproximadamente 1,9 millones de indígenas.

**Religión:** protestantes 58%, católicos 26%, judíos 2%; musulmanes 2%, otros 2%, no profesan 10%.

**Idiomas:** inglés, español, lenguas indígenas y las de cada grupo de inmigrantes.

**Partidos políticos:** Partido Republicano; Partido Demócrata; Partido Verde; Partido Reformista; Partido Libertario (derecha); otros a nivel local/estatal.

**Organizaciones sociales:** la Federación Americana del Trabajo -Congreso de Organizaciones Sindicales (AFL-CIO) es la mayor organización obrera del país, con 13.500.000 afiliados. Parte de los obreros rurales, sobre todo los de origen mexicano, están organizados en el sindicato de los Trabajadores Unidos de la Granja (UFW), fundado por César Chávez. Teamsters Union (segundo sindicato en importancia); NAACP, organización de vigilancia de derechos para la población afro-americana; Sierra Club (ecologista); Unión Americana de Derechos Cívicos (ACLU).

## **POBLACIÓN**

Según el censo de 1990, la población residente en Estados Unidos era de 248.709.873 habitantes. El mayor incremento de población en los últimos años ha ocurrido en los estados de California, Texas y Florida. En 2000, la población estimada de Estados Unidos era de 274.943.496 habitantes.

### **Composición étnica**

Según el censo de 1990, el grupo más grande (unos 58 millones de estadounidenses) es en parte o únicamente de ascendencia inglesa; a continuación aparecen los 38,7 millones de descendientes de irlandeses, mientras que 32,7 millones lo son de alemanes. En 1990, unos 31,8 millones de estadounidenses de 5 o más años crecían en familias en las que se hablaba otra lengua distinta del inglés.

Los datos del censo de 1990 mostraban que los blancos constituyen el 80,3% de la población; los negros son el 12,1%, los descendientes de indios americanos el 0,8% y los asiáticos e insulares del Pacífico el 2,9%. El 3,9% restante se contabiliza como "otras razas". Los hispanos, que pueden pertenecer a cualquier raza, están contados en las categorías anteriores y representan el 9% de la población.

### **Características de la población: estructura y distribución espacial**

Un análisis detallado de la estructura de edad de la población revela que Estados Unidos experimenta una disminución en la población infantil y un incremento en su población adulta, en especial en la de mayor edad. En 1999 la población menor de 5 años representaba un 7% del total frente al 13% de los mayores de 64.

En 1990 la población blanca era la más envejecida del país, los asiáticos e insulares del Pacífico constituían el segundo grupo más envejecido, seguido por los negros.

Una característica significativa de la población estadounidense ha sido el rápido incremento del número de nacimientos en mujeres solteras, que ha pasado de 11% de los nacimientos en 1970 al 27% en 1989.

La tendencia en la distribución espacial de la población estadounidense mantenía su desigualdad a comienzos de la década de 1990, ya que en los estados del sur y el oeste tenía lugar un crecimiento por encima del promedio nacional a expensas de los estados centrales del norte y del noreste. En 1990, la población se distribuía de la siguiente forma: 50,8 millones de personas en el noreste, 59,7 millones en los estados centrales del norte, 85,4 millones en el sur y 52,8 millones en el oeste. La densidad media de población en Estados Unidos era de 29 habitantes por kilómetro cuadrado en 2000.

El inglés es la principal lengua de Estados Unidos, hablada por la gran mayoría de sus ciudadanos. Sin embargo, cerca de 32 millones hablan en sus hogares una lengua distinta al inglés. De estos, aproximadamente el 54% habla español,



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

y el resto otras lenguas (chino, japonés, coreano, vietnamita, árabe, italiano, francés, alemán, polaco, griego, portugués y lenguas americanas autóctonas).

### **SALUD**

Esperanza de vida al nacer: 77 años (1998)  
Hombres: 73 años (1998)  
Mujeres: 80 años (1998)  
Mortalidad materna: 8 cada 100.000 nacidos vivos (1990/98)  
Mortalidad infantil: 7 por 1.000 (1998)  
Mortalidad menores de 5 años: 8 por 1.000 (1998)  
Consumo de calorías diarias: 3.699 per cápita (1997)  
245 médicos cada 100.000 personas (1992/95)

### **EDUCACION**

Alfabetismo: 99 % (1995)  
Tasa de inscripción escolar:  
Primaria total: 102 % (1990/96)  
Hombres: 102 % (1990/97)  
Mujeres: 101 % (1990/97)  
Secundaria:  
Hombres: 98 % (1990/96)  
Mujeres: 97 % (1990/96)  
Universidad: 81 % (1996)  
Docentes de primaria: uno cada 16 estudiantes (1995)

### **USO DE LA TIERRA**

Deforestación: -0,3 % anual (1990/95)  
Irrigada: 11,1 % de la arable (1993)  
Forestadas y bosques: 29,2 % del total (1993)  
Arable: 18,9 % del total (1993)

### **ASPECTOS NATURALES Y ECOLOGICOS**

Recursos naturales y protección medioambiental El clima de Estados Unidos es favorable a diversos cultivos y productos forestales. El Corn Belt, región que se extiende desde el oeste de Ohio hasta el centro de Nebraska, es la extensión más grande de terreno cultivable en el mundo. También cuenta con yacimientos significativos de minerales importantes, entre los que se incluye más de un quinto del carbón mundial. A pesar de esta riqueza, no puede producir todos los recursos necesarios para su gran economía industrial; el país importa el 80% de aluminio, cromo, cobalto, magnesio, platino, asbesto, estaño y tungsteno. Estados Unidos ahora produce el 65% de su consumo de petróleo, pero los nuevos descubrimientos del interior tienden a ser pequeños y costosos de explotar.

La erosión ha causado la pérdida de más de un tercio de la capa superficial del suelo. La moderna maquinaria pesada puede ahora reparar los barrancos y

otros escarpes habituales en la década de 1930, pero la pérdida de suelo es todavía elevada en algo más de la mitad del terreno cultivable de la nación por efecto de la erosión.

A pesar de estas tendencias, y gracias a las regulaciones gubernamentales, la contaminación del agua ha disminuido considerablemente durante la década de 1970; la reforestación es mayor que el número de talas en la mayor parte de las regiones, y numerosas áreas se han acotado para crear reservas de fauna y parques nacionales. La lluvia ácida, la eliminación de residuos tóxicos, el suministro de agua y el cambio climático son las principales cuestiones medioambientales. tros: 51,9 % del total (1993)

### COMUNICACIONES

215 diarios (1996) , 2.146 radios (1997) , 847 televisores (1996/98) y 661 líneas telefónicas (1996/98) cada 1.000 habs.

Libros: 20 títulos nuevos cada 100.000 habs. (1992/94)

### ECONOMIA

GNP per cápita: \$ 29.240 (1998)

Crecimiento anual: 2,5 % (1998)

Inflación anual: 1,9 % (1990/98)

Índice de precios al consumidor: 107,0 (1998)

Tipo de cambio: 1,0 dólares = \$ 1 (1998)

Cereales importados: 5.369.597 toneladas (1998)

Dependencia de importación de alimentos: 5 % (1997/98)

Uso de fertilizantes: 1.142 kg por há. (1997)

Exportaciones: \$ 948.600 millones (1997)

Importaciones: \$ 1.058.800 millones (1997)

### Producción nacional

En 1998 la producción nacional estadounidense ocupaba el primer lugar mundial, con un PIB (producto interior bruto) de 8,2 billones de dólares, lo que equivale a una renta per cápita de 30.450 dólares, una de las mayores del mundo.

Las actividades económicas del sector primario contribuyen en un 2% al producto interior bruto. El sector secundario supone un 26% del PIB mientras que las actividades económicas del sector terciario (comercio mayorista y minorista, banca, función pública y transporte) alcanzan el 72%.<sup>1</sup>

### ASPECTOS POLÍTICO-LEGALES

#### PARTIDOS POLÍTICOS

En las últimas décadas dos grandes partidos políticos han dominado el panorama político del país: el Partido Demócrata, fundado en 1790 con el nombre de Partido Anti Federalista, se convirtió en el Partido Demócrata-Republicano en 1801 y, en 1828, tomó su actual denominación. En 1854 se



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

fundó el Partido Republicano que, en 1860, se convirtió en uno de los dos grandes partidos. El resto de los partidos tiene menor importancia en la mayoría de las elecciones nacionales y estatales, por lo que ningún candidato de un tercer partido ha conseguido jamás la presidencia. Los terceros partidos han desempeñado sólo un papel menor en el Congreso.

La popularidad y aceptación de la auténtica comida mexicana en Estados Unidos, estrechamente ligada al crecimiento de la población de origen mexicano, logró una mayor penetración en la década e los ochenta, cuando el gusto por los platillos mexicanos consolidó la demanda por diversos alimentos, iniciando su distribución mediante tiendas de conveniencia y cadenas de supermercados localizadas en lugares en donde establecieron los mayores asentamientos de población hispana.

Las variaciones en cuanto a ingredientes y presentaciones, como el incorporar frutas, conservas preparadas, diversos tipos de salsas y chiles, han dado paso a una nueva tendencia de consumo por los alimentos de estilo mexicano, que están dejando atrás a marcas nacionales, que durante muchos años se han mantenido como líderes en ventas a nivel nacional.

Desde el punto de vista estadístico, las exportaciones de los alimentos típicos mexicanos al mercado de Estados Unidos, lograron en promedio un monto de 1,400 millones de dólares en el año 2000, ventas de 1,700 millones de dólares para el año 2001 y 2000 millones de dólares en este año 2002. Las proyecciones estiman ventas con porcentajes de crecimiento anual de entre 4 y 5 por ciento.

Un factor importante, sin duda, lo constituye la población hispana en Estados Unidos que representa el 11.4% del total de la población del país, contando como ventaja adicional, la existencia de 1.3 millones de negocios hispanos, en donde cerca del 50% es propiedad de empresarios de origen mexicano. Adicionalmente, el poder de compra de este segmento de la población se incrementó en un 84.13%, durante la última década, al pasar de 208 mil millones de dólares en 1990 a 383 mmd en 1999.

Por otra parte, considerando la magnitud del sector de alimentos procesados como una industria fragmentada, que abarca desde la manufactura de alimentos y bebidas; la proveeduría consolidada de alimentos procesados; el abastecimiento a industrias e instituciones, así como el servicio directo a establecimientos de comidas rápidas, es importante tener en cuenta los siguientes factores:

- El mercado interno estadounidense que rebasa los 273 millones de consumidores.
- Población joven con ingresos altos que degustan comida preparada.
- Gusto por la comida mexicana en el segmento anglosajón.

- Creciente población de origen hispano, que mantiene lealtad a aquellas marcas que consumían en su país de origen.
- Gran variedad de productos mexicanos en los principales centros de distribución de alimentos y su creciente demanda.
- La competencia entre marcas, cada vez más intensa, abre un abanico de posibilidades por degustar nuevas comidas y sabores.

**ENERGIA**

Consumo: 8.076,0 Kgs de equivalente petróleo anualmente (1997); 22,0 % importado (1997)

HDI (ranking/valor): 3 /0,929 (1998)

**GASTO PUBLICO**

Gasto militar como % de salud y educación: 46 % (1990/91)

Gastos en defensa como % del gasto del gobierno central: 16,3 % (1997)

Gasto social como % del gasto del gobierno central: 53,5 % (1997)

**TRABAJADORES**

DESEMPLEO	4.90%
MUJERES	46% DE LA PEA
HOMBRES	54% DE LA PEA
AGRICULTURA	2.80%
INDUSTRIA	26.00%
SERVICIOS	71.2

**3.7.2 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Cercanía Territorial.	E.U. cuenta con gran cantidad de empresas productoras de dulces.
Tratado de Libre Comercio. Libre de arancel para fracción 20.07.99.99	Tratado Comercial con Canadá y Acuerdos Comerciales con otros países.
Población hispana que habita en E.U. (11.4%)	Cercanía territorial con Canadá.
Aceptación de la población anglosajona por los dulces mexicanos	

## **4. ASPECTOS OPERACIONALES**

### **4.1 DEFINICION DE OBJETIVOS Y METAS EN EL MERCADO SELECCIONADO**

#### **OBJETIVOS**

- Promocionar la gran diversidad de los dulces rellenos hechos única y exclusivamente de frutas 100% de la región michoacana en el extranjero.
- Participación del 0.78% del mercado, que representa una población potencial de 30,769,000 personas.
- Penetrar en el mercado estadounidense aplicando las preferencias arancelarias y tratados comerciales entre México - Estados Unidos.
- Penetrar el mercado y posicionarse como una empresa exportadora.
- Alcanzar un crecimiento progresivo en el mercado meta.

#### **METAS**

- Crear nuevos productos satisfaciendo el mercado estadounidense en un plazo de 1 año después de comenzar a exportar.
- Penetrar nuevos mercados como el de Canadá y posteriormente Sudamérica, aprovechando las preferencias comerciales que tiene México con estos países en el plazo de 1 año.
- Obtener una certificación de calidad altamente reconocida para exportadores.

### **4.2 ADECUACIONES DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA**

#### **PRODUCTO**

- Marca propia para posicionamiento.
- Adecuaciones a la etiqueta y empaque.
- Tamaños especiales de 150grs.

#### **PRECIO**

- Precio de penetración para la exportación.
- Precio con orientación a la competencia.

#### **PLAZA**

- Importadores mayoristas.
- Introducir el producto en restaurantes y supermercados.
- Ventas por Internet.



## PROMOCIÓN

- Asistir a ferias comerciales internacionales.
- Diseño de una página web.
- Exhibidores para degustación y promoción del producto en puntos clave.

## SERVICIO

- Sistema de Telefonía y Correo Electrónico para información, quejas y sugerencias específicas del cliente.

## 4.3 ESTRATEGIA DE ENTRADA AL MERCADO

### 4.3.1 CUANTIFICACION DE LA DEMANDA

Q = Potencial total de mercado

n = Número de compradores en el mercado / producto (segmento de población).

q = Cantidad comprada por el consumidor medio (consumo per cápita del segmento).

P = Precio de una cantidad media.

$$Q = n * q * p$$

$$Q = 30,769,000 ( 0.042620215 ) ( \$ 5.00 ) = 6,556,907$$

Consumo aparente \$	6,556,907
/ Precio \$	5.00
=	1,311,381.4
/ Segmento de población	30,769,000
= Consumo per cápita del segmento	0.04262
Porcentaje de máxima venta en el mercado	7.77%

$$6,556,907 + 7.77\% = 7,066,378.674$$

$$7,066,378.674 - 6,556,907 = \$ 509,471.6739 \text{ anual}$$

$$\$ 509,471.6739 / 12 = \$42,455.97283 \text{ mensual}$$

$$\$42,455.97283 / \$5 = 8,491.194565 \text{ rollos al mes.}$$



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**4.3.2 ESTRATEGIA DE ACCESO AL MERCADO**

El sector de alimentos procesados en Estados Unidos, sumamente dinámico y competido, requiere de una agresiva mercadotecnia por parte de los proveedores. El seleccionar adecuados instrumentos promocionales de difusión masiva, como degustaciones de los ates, así como el contacto permanente con los principales mayoristas, *brokers*, distribuidores e importadores, permiten identificar los detalles y cambios en las condiciones del mercado.

Para mantener y reforzar la dinámica de exportaciones, es necesario responder a los grandes cambios en las tendencias del consumidor, que permitan lograr una alta competitividad en el mercado de mayor consumo en el mundo.

La estrategia de acceso que se va a utilizar para el mercado de Estados Unidos, es por **Diferenciación**, ya que es un producto artesanal que puede ser utilizado como un postre diferente a los dulces convencionales y es un dulce mexicano típico del Estado de Michoacán.

**4.3.3 IMPORTACIONES DE DULCE DE LOS PRINCIPALES DISTRITOS POR FRACCION ARANCELARIA**

**US imports for consumption at Customs value for HTS8 20079975: by Customs district of entry, in descending value of 2001 imports**

District	1999	2000	2001		2002		Percent change YTD2001-YTD2002
	--thousand dollars--			Percent of total	January-July --thousand dollars--		
All districts	\$6,370.9	\$5,728.4	\$8,504.4	100.0%	\$5,707.7	\$981.8	-82.8%
Los Angeles, CA	\$2,843.9	\$2,903.4	\$3,509.5	41.3%	N/A	N/A	
San Francisco, CA	\$1,404.0	\$443.2	\$2,425.9	28.5%	N/A	N/A	
New York, NY	\$1,154.9	\$1,543.3	\$1,546.3	18.2%	N/A	N/A	



**Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"**

Fábrica de dulces regionales

Baltimore, MD	\$57.6	\$110.9	\$427.0	5.0%	N/A	N/A	
San Juan, PR	\$157.8	\$153.1	\$202.9	2.4%	N/A	N/A	
Seattle, WA	\$196.4	\$156.0	\$157.7	1.9%	N/A	N/A	
Miami, FL	\$68.1	\$115.0	\$114.6	1.3%	N/A	N/A	
San Diego, CA	\$9.6	\$28.1	\$27.8	0.3%	N/A	N/A	
Buffalo, NY	\$44.9	\$26.9	\$24.9	0.3%	N/A	N/A	

Fuente: USITC Trade Database--Web Access

**PRINCIPALES IMPORTADORES EN CALIFORNIA<sup>9</sup>**

AGRO LTD/AGRO MAR	GOURMET	BEVERAGES & MORE	INGRESS ENTERPRISES
AMBROSIA ENTERPRISES, INC.	USA	BREWSTER FOODS/TEST LABS. INC.	JOHN S. HORN CO., INC.
BLS SALES		BRITISH AMERICAN IMPORTS	JOHN'S PET PRODUCTS
BAHLSSEN, INC.		BROMAR, INC.	KISCO SANTA CLARA
BASICOM INTERNATIONAL CORP.		G.F.F., INC.	MATA GRANO, INC.
BEE INTERNATIONAL		GOLDEN GATE, CO.	THE KROGER COMPANY
WAL MART N.D.		ALBERSTON'S, INC.	RANDALLS
PATHMARK			

Fuente: The International Directory of Importes

**4.3.4 ENTRADA AL MERCADO**

La ciudad a la que van dirigidos los dulces mexicanos es a **Los Ángeles, California**, ya que en Estados Unidos es el Distrito que más importaciones y consumo presenta de este producto.

<sup>9</sup> Ver anexo 9

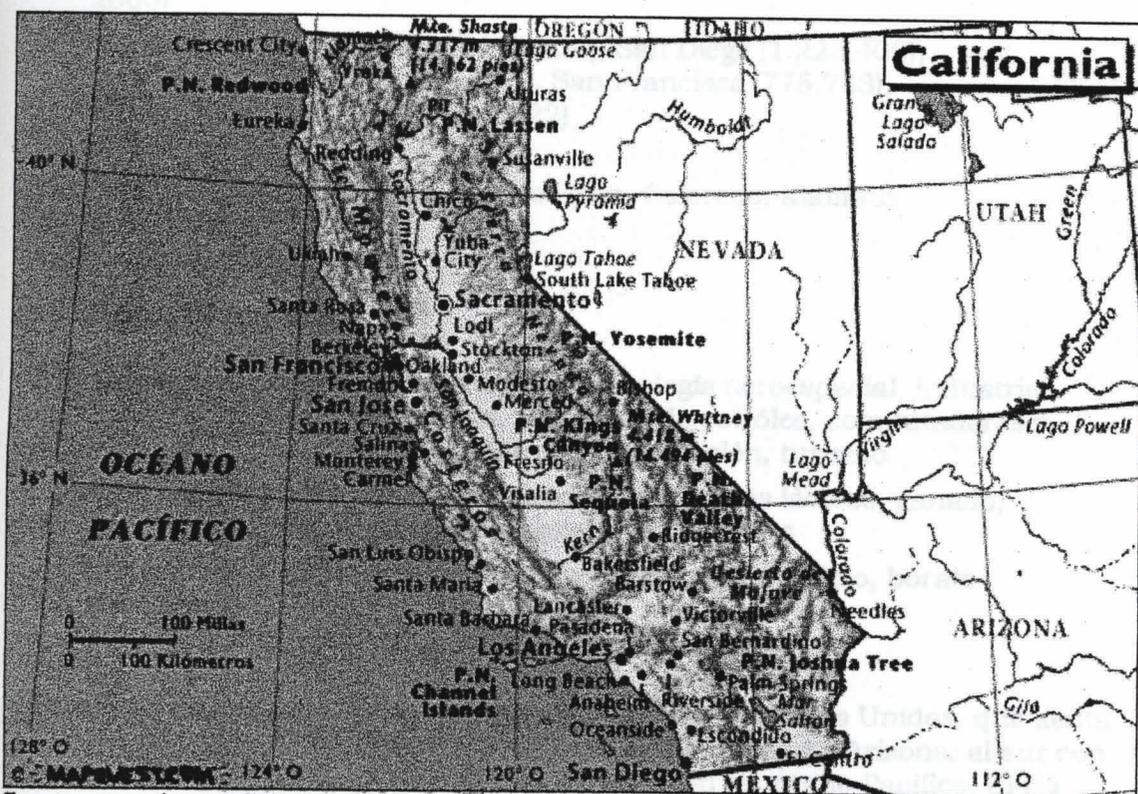


Fábrica de dulces regionales

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

California es el principal Estado en el que la población hispana se ha establecido además de contar con el mayor nivel de compra. De acuerdo a su economía es líder, pues se encuentra en el séptimo lugar del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel mundial.

### DATOS GENERALES:



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

<b>Capital</b>	Sacramento
<b>Superficie</b>	58.706 millas <sup>2</sup> 411.049 km <sup>2</sup>
<b>Población</b> (Censo 2000)	33.871.648
<b>Ciudades principales</b> (Censo 2000)	Los Angeles (3.694.820), San Diego (1.223.400), San Jose (894.943), San Francisco (776.733), Long Beach (461.522)
<b>Ríos principales</b>	Sacramento, San Joaquin, Colorado, Klamath
<b>Punto más elevado</b>	Mte. Whitney 14.494 pies 4.418 metros
<b>Industria</b>	Artículos electrónicos, tecnología aeroespacial, industrias cinematográficas, refinación de petróleo, computadores y elementos digitales de programación, turismo
<b>Agricultura</b>	Verduras, frutas y nueces, productos lácteos, ganado, productos de almacigos, uvas, tomates
<b>Minerales y Recursos</b>	Petróleo, gas natural, cemento, arena y ripio, borato

**California**, estado situado en la costa del Pacífico de Estados Unidos, que limita al norte con el estado de Oregon, al este con los de Nevada y Arizona, al sur con el estado mexicano de Baja California y al oeste con el océano Pacífico. El río Colorado constituye la frontera suroriental de la entidad con el estado de Arizona.

**Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"**



Pat O'Hara Photography

Lago Tahoe (frontera entre California y Nevada)

Sus principales ciudades son Sacramento (la capital), Los Ángeles (la más populosa), San Diego, San Francisco, San José, Long Beach y Oakland.

**ECONOMIA**

En los estados de la Costa Oeste de Estados Unidos, la economía está liderada sin duda por California, que tiene el producto interno bruto número siete a nivel mundial.



Ken Biggs/Photo Researchers, Inc.

**COMERCIO EXTERIOR POR ESTADO**

Estado	Exportaciones		Importaciones		Saldo	
	1998	1999 (Enero- Abril)	1998	1999 (Enero- Abril)	1998	1999 (Enero- Abril)
<b>California</b>	104,967 ,976	24,796, 879	189,943 ,394	77,998, 659	- 84,975, 418	- 53,201,7 80

Fuentes: U.S. Census Bureau, Foreign Trade Division

Preparado por: Massachusetts Institute for Social and Economic Research (MISER)

La relación comercial de México con los estados de la Costa Oeste tiene cuatro rasgos principales:

- El intercambio ha crecido sustancialmente a raíz de la entrada en vigor del TLC, como ha sucedido en general con todo Estados Unidos, sobresaliendo sin duda el comercio sostenido con las entidades sureñas de California y Arizona.
- El saldo de la balanza comercial de México con Arizona, UTA, California, Nevada y Idaho es ampliamente positivo para nuestro país. Sus exportaciones ascendieron en 1998 a 16.5 miles de millones de dólares, mientras que sus importaciones de productos mexicanos fueron de 22.1 miles de millones. Estos montos arrojan un saldo superávitaro de 5.6 miles de millones de dólares, que se origina fundamentalmente en la relación con California.
- El comercio con California se ha intensificado vertiginosamente. El TLC, la colindancia geográfica, los lazos culturales y la interdependencia económica propiciaron que por vez primera México se convirtiera en el segundo receptor final de bienes californianos, sólo después de Japón, toda vez que las ventas de éstos se incrementaron 104% gracias al Tratado. Nuestro país no está lejos de convertirse en el primer mercado de destino de las exportaciones de California.
- Al amparo del TLC, el potencial de incremento de intercambio es muy alto. El cambio de las reglas de origen que tendrá el trato a la industria maquiladora provocará una mayor integración de procesos industriales de empresas ubicadas a ambos lados de la frontera.

Fuente: Enciclopedia Encarta 2001



**Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"**

**SECTORES A APOYAR**

SECTORES	PRIORIDAD		
	Alta	Mediana	
		Baja	
Alimentos y Bebidas (procesados, frescos y productos pesqueros)	X		

Fuente: Consejería Comercial Los Ángeles. Programa Anual de Trabajo.

**OPORTUNIDADES:**

Las posibilidades de venta de alimentos y bebidas mexicanos son muy bastas, debido fundamentalmente a tres factores:

- El poder de compra de la población californiana es enorme: el Estado tiene 34 millones de habitantes, con un ingreso per cápita de 27,937 dólares. California por sí sola es la séptima economía del mundo: la ciudad de Los Ángeles ocupa el onceavo lugar.
- Se vive un marcado interés del consumidor norteamericano por la comida mexicana.
- La población hispana es un nicho de mercado natural para los alimentos y bebidas mexicanas. En California se asienta el 34.4% de hispanos de Estados Unidos; en la ciudad de Los Ángeles habitan 6.5 millones de hispanos, 83% son de origen mexicano con un poder de compra de 57 mil millones de dólares, de los cuales el 43% se dedica a la compra de satisfactores alimenticios.

El mercado es muy propicio para productos agrícolas y pesqueros frescos, fruta deshidratada, chiles, alimentos enlatados, dulces, jugos y néctares, tequila, mezcal, salsas, chocolates y en general para todo tipo de productos mexicanos auténticos.

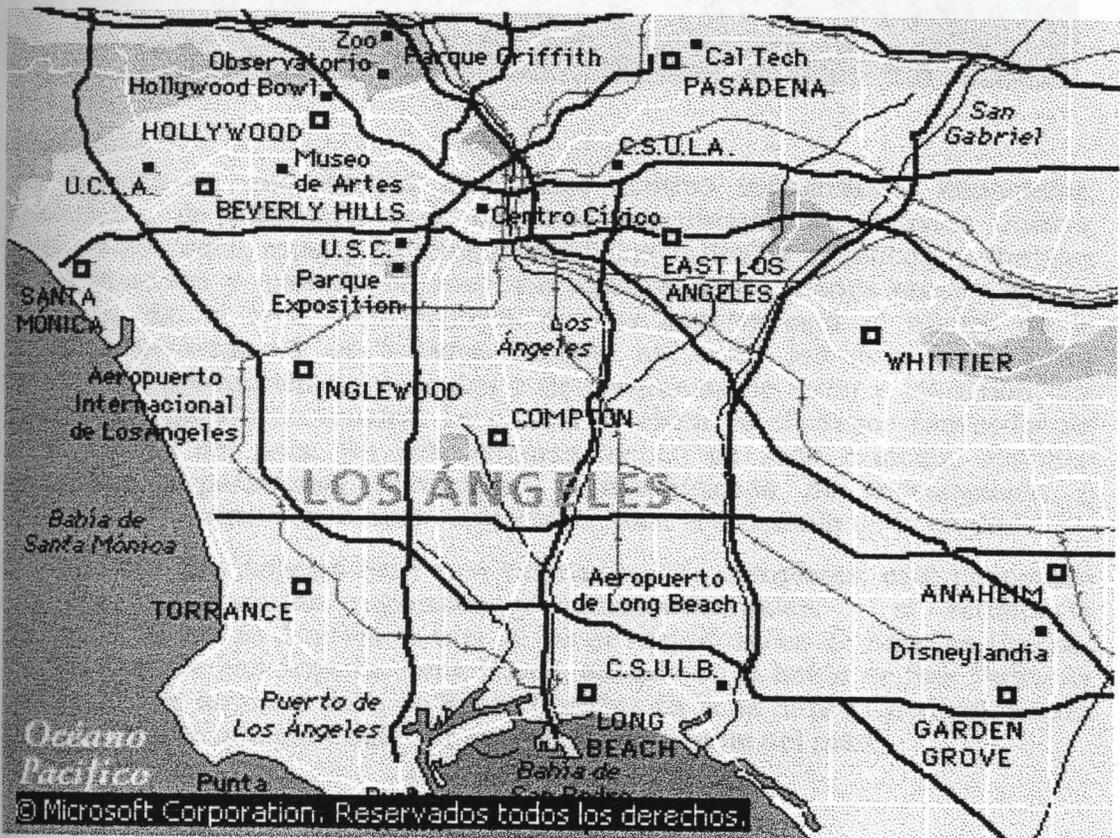
El gusto por la comida mexicana ha adquirido un gran auge entre los diferentes segmentos poblacionales. Se experimenta un fuerte incremento en la venta de marcas de productos alimenticios de estilo mexicano, producidas por firmas estadounidenses y nacionales.

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Aún cuando el mercado hispano se mantiene como el principal consumidor de comida étnica y de que su crecimiento demográfico es constante, los demás estratos de la población y de forma más marcada el anglosajón, están consumiendo cada vez más productos de la dieta mexicana.

**LOS ÁNGELES, CALIFORNIA**

**Los Ángeles (Estados Unidos)**, ciudad del suroeste del estado de California, en Estados Unidos, situada a orillas del golfo de Santa Catalina, en aguas del océano Pacífico, y del río Los Ángeles. Es la capital del condado que lleva su nombre, y la segunda ciudad más poblada de Estados Unidos, precedida sólo por Nueva York. Los Ángeles es célebre por su clima suave, sus exuberantes paisajes, su industria cinematográfica y televisiva, y sus innumerables autopistas, así como por sus frecuentes terremotos, los incendios de monte bajo y su contaminación atmosférica.



**POBLACION**

La población de Los Ángeles se expandió rápidamente a mediados de la década de 1980, como consecuencia del incremento de la inmigración desde

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Latinoamérica (sobre todo, desde México), y desde Asia. Según los datos del censo de 1990, el 38% de los residentes en la ciudad, habían nacido fuera de Estados Unidos. Los individuos de origen hispano constituyen el 40% de su población; hay un 14% de población negra y un 10% de asiáticos. Población en 1990, 3.485.398 habitantes; en 1996, 3.553.638 habitantes.



Kien Biggs/Photo Researchers, Inc.

### ECONOMÍA

Los Ángeles es uno de los principales centros industriales, financieros, comerciales, de transporte y de comercio internacional de Estados Unidos. Equipo electrónico, ropa, productos alimenticios, artículos metálicos, materiales de construcción y material impreso son algunos de los bienes que en ella se producen. En el área metropolitana de Los Ángeles está el núcleo de la industria aeroespacial de Estados Unidos, así como los más importantes estudios de producción de películas y de programas de radio y televisión, así como de grabación de música. La ciudad también es el mayor proveedor de flores frescas del país. En ella, además, tienen su sede principal grandes empresas, corporaciones financieras e instituciones de investigación y desarrollo. El turismo es también importante para la economía de la ciudad.

La ciudad de Los Ángeles tiene una extensa red de autopistas, está conectada con líneas ferroviarias regionales y transcontinentales, y el aeropuerto internacional de Los Ángeles es uno de los de mayor tráfico de Estados Unidos. Por el puerto de Los Ángeles, Long Beach, situado en la bahía de San Pedro (la otra bahía que forma el golfo de Santa Catalina es la de Santa Catalina), pasan más mercancías que por cualquier otro de la costa oeste del país.

### PAISAJE URBANO

Los Ángeles es una aglomeración urbana y suburbana construida sobre una llanura costera ondulada, limitada hacia el oeste y el sur por el océano Pacífico. Al este y al norte de la ciudad se levantan las estribaciones meridionales de la cadena Costera y de la sierra Nevada. También al norte de la ciudad se

encuentra el valle de San Fernando, que forma parte de la ciudad, y en el que vive aproximadamente un tercio de su población, sobre todo en casas unifamiliares. El valle está separado de Hollywood y del centro de Los Ángeles por las montañas de Santa Mónica y por el Griffith Park, la mayor área de esparcimiento al aire libre de la ciudad.

Los Ángeles es una comunidad muy extensa, pues ocupa una superficie de 1.204 km<sup>2</sup>, conectados entre sí por una docena de anchas autopistas pensadas para conducir a gran velocidad, pero a menudo con graves problemas de circulación debido a un exceso de tráfico rodado. La contaminación producida, entre otras razones por el humo de los automóviles, se ha convertido, asimismo, en un grave problema.

El crecimiento demográfico explosivo de Los Ángeles durante el siglo XX se ha producido prácticamente sin planificación. Las nuevas zonas residenciales, los centros comerciales y los numerosos edificios de escasa altura se extendieron sin control por el territorio urbano. El crecimiento descontrolado aún continúa.

Fuente: Enciclopedia Encarta 2001

#### **4.4 COTIZACIONES, INCOTERMS, TRANSPORTE Y SEGUROS**

##### **4.4.1 COTIZACIONES**

**BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR S. N. C.  
HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VIA MARÍTIMA**

EN PAIS DE ORIGEN

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEM PO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
<b>Precio de Exportación en Planta:</b>					
- Precio de venta en planta	5.00	120,000	0.5	12,000	
- Etiquetas	0.05	1,200	0.005	120	
- Embalaje de Exportación	0.2	4,800	0.02	480	
<b>EX WORKS (EN FABRICA) EXW (...LUGAR ASIGNADO)</b>	5.25	126,000	0.525	12,600	
<b>Transporte Nacional:</b>					
- Flete	0.5031	12,075	0.0503	1,207.5	

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- Maniobra de Unidad Transporte a Recinto Fiscal	0.00625	150	0.000625	15	
<b>FREE ALONGSIDE SHIP (LIBRE JUNTO AL BARCO) FAS (...PUERTO DE EMBARQUE)</b>	5.7594	138,225	0.579	13,822.5	
<b>Despacho Aduanal:</b>					
- Documentación	0.0208	500	0.002083	50	
- Gastos Complementarios	0.03125	750	0.003125	75	
- Honorarios	0.0208	500	0.002083	50	
<b>Maniobras:</b>					
- De Costado a Bordo del Buque	0.1667	4,000	0.0166	400	
- Almacenaje	0.0215	516	0.00215	51.6	
- Maniobra de Patio a costado del Buque	0.003416	82	0.0003416	8.2	
<b>FREE ON BOARD (LIBRE A BORDO) FOB (...PUERTO DE EMBARQUE)</b>	6.0239	144,573	0.6024	14,457.3	
<b>Transporte de Puerto de Salida a Puerto de Destino Principal:</b>					
- Flete	0.4583	11,000	0.04583	1,100	
<b>COSTO Y FLETE (COST AND FREIGHT) CFR (...NOMBRE DEL PUERTO DE DESTINO)</b>	6.4822	155,573	0.6482	15,557.3	
<b>Seguro del Transporte:</b>					
- Hasta lugar de destino convenido	0.0143	343.0152	0.00143	34.3015	



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fábrica de dulces regionales

<b>COSTO, SEGURO Y FLETE CIF (...PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)</b>	6.4965	155,916.0152	0.6497	15,591.6015	
--	--------	--------------	--------	-------------	--

**BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR S. N. C.  
HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VIA MARÍTIMA**

EN PAIS DE DESTINO

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR EN PESOS UNITARIO TOTAL</b>		<b>VALOR EN DOLARES UNITARIO TOTAL</b>		<b>TIEMPO DIAS</b>
Maniobras	0.01738	417	0.0017375	41.7	
<b>DES: DELIVERED EXSHIP (ENTREGADO SOBRE EL BUQUE) (PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)</b>	13.0104	312,249.0304	1.3010	31,224.9030	
<b>Despacho Aduanal:</b>					
- Gastos	0.02863	687.0375	0.002863	68.7038	
<b>Recolección:</b>					
- Maniobras de carga hasta el lugar convenido fuera del muelle	0.0355	852	0.00355	85.2	
<b>DEQ: DELIVERED EX - QUAY (ENTREGADO FUERA DEL MUELLE) (IMPUESTO PAGADO PAIS DE DESTINO)</b>	13.0745	313,788.0679	1.3075	31,378.8067	
<b>Transporte</b>					

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

<b>pais de destino:</b>					
- Flete de la aduana de importación al lugar de destino	0.4583	11,000	0.04583	1,100	
<b>Otros gastos:</b>					
- Causados en pais de destino	0.0510	1,224.1230	0.00510051	122.4123	
<b>DDP: DELIVERED DUTY PAID (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS)</b>	13.5838	326,012.1909	1.3584	32,601.2191	

#### 4.4.2 INCOTERMS

El Incoterm que se va a utilizar para la exportación del dulce es **CIF Long Beach** de acuerdo a Rev. - 2000 de la ICC. El embarque será en el Puerto de Manzanillo con destino al puerto de Long Beach, California. Todo transporte internacional de las mercancías tienen un riesgo de pérdida, por lo que es recomendable tomar un seguro.

#### 4.4.3. TRANSPORTE

El transporte necesario para el recorrido de la mercancía es el siguiente:  
Los dulces serán enviados desde la fábrica "La Fuente" que se encuentra en Morelia, Michoacán, embarcándose en el puerto de Manzanillo, Colima, con destino al puerto de Long Beach, vía marítima por medio de la transportista de Servicios Multimodales Especializados (SME); y posteriormente se transportarán hasta Los Ángeles, California vía terrestre.

MORELIA, MICH. --- PTO. MANZANILLO, COL. --- PTO. LONG BEACH, CAL. ---  
LOS ÁNGELES, CAL.

#### **FRECUENCIA DE EMBARQUE:**

La frecuencia del embarque para los dulces será mensualmente, puesto que se cuenta con la capacidad de exportar 120 toneladas al año, es conveniente tener embarques de 12 toneladas mensuales tomando en cuenta que los embarques serían del mes de Febrero hasta Noviembre.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

### DATOS ESPECIFICOS POR CONTENEDOR:

#### PESO DE LAS CAJAS:

- ♦ El peso neto de las cajas es de 10kg.

#### CANTIDAD DE PIEZAS - CAJAS - PALLETS:

- ♦ En el contenedor de 20' rifé caben 10 pallets.
- ♦ El total por contenedor será de 24,000 rollos; 1,200 cajas; 10 pallets; 12 toneladas.

#### 4.4.4 COTIZACION DEL SEGURO

##### CFR + SEGURO = CIF

$$155,573 + \frac{0.20 * 1.10}{100} \text{ CIF} = \text{CIF}$$

$$155,573 = \text{CIF} (1 - (0.20 (1.10))) =$$

$$155,573 = \text{CIF} (1 - 0.022) =$$

$$155,573 = \text{CIF} (0.9978) =$$

$$\frac{155,573}{0.9978} = \text{CIF}$$

$$0.9978$$

$$\mathbf{\$155,916.0152 = CIF}$$

$$\text{CIF } \$ 155,916.0152$$

$$\text{CFR} - 155,573.0000$$

---

$$\mathbf{\$343.0152 \text{ Seguro}}$$

#### 4.5 ENVASE Y EMBALAJE

##### DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA:

El Producto que ofrece la Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente", son rollos de guayaba criolla y cadvill, manzana criolla; duraznos y membrillos de la región rellenos de leche, nuez, coco y cajeta, fabricados de frutas 100% y en presentaciones de 450 y 225grs. Actualmente la producción anual de "La Fuente" es de 240 toneladas para el mercado nacional; se estima incrementar el volumen de producción para vender en el mercado estadounidense, 120 toneladas más de dulce.

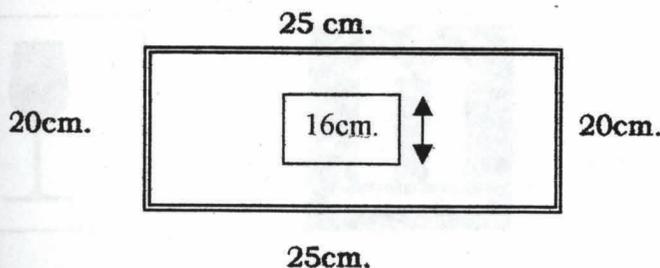
### DESCRIPCIÓN DEL ENVASE:

El envase **PRIMARIO**<sup>10</sup> es un papel celofán (polipropileno bioorientado BOPP) que lo envuelve individualmente para mantener el rollo fresco. Este papel es transparente e inodoro para apreciar mejor el dulce, su tamaño es de 31cms., por 18cms.; no lleva ningún tipo de adhesivo, es adherido con el calor del fuego. La etiqueta cuyas medidas son de 11cms., de largo y 9cms., de ancho van en la parte frontal del rollo.

El envase **SECUNDARIO** consiste en unas cajas de cartón selladas con una cinta adhesiva (cinta canela) . Las dimensiones de las cajas son de 25cms, de largo; 20cms, de ancho y 16cms, de altura por caja. En cada caja se colocan 20 dulces de 500grs.

### DIMENSIONES /MEDIDAS:

El tamaño de la caja en la que van los dulces es de 25cm., de largo; 20cm., de ancho y 16cm., de alto.



### EMBALAJE:

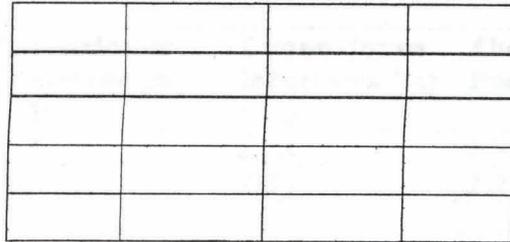
Las cajas anteriormente mencionadas, son colocadas en pallets y se fleja cada uno para un mejor manejo y protección de la mercancía con una película flexible de polietileno.

El Pallet que se utilizará es el "Pallet Americano", cuyas dimensiones son de 1.20m.; por 1.20m. En cada pallet se colocarán como cama, 4 cajas a lo largo; 5 cajas a lo ancho y 6 cajas en estiba llevando un **total por pallet** de 120 cajas, un peso de 1200kgs., y 2400 rollos.

<sup>10</sup> Ver anexo 10

**Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"**

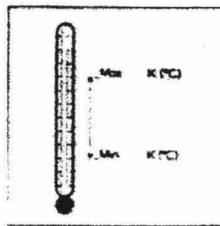
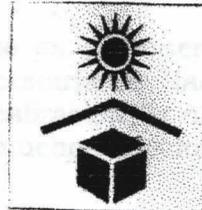
**PALLET AMERICANO**



1.20mt., altura

1.20mt. largo

**SÍMBOLOS GRAFICOS PARA SER APLICADOS EN EL EMBALAJE DURANTE SU MANEJO, TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO:**



El contenedor en el que se embarcará la mercancía es un contenedor de 20' Rifer, pues el dulce se debe mantener a temperatura máxima de 20 grados centígrados. En cada contenedor se colocarán 10 pallets de 12,000kgs. netos; es decir 12 toneladas. Las medidas de un contenedor de 20' son:



Fábrica de  
dulces regionales

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

### CONTEADOR DE 20' RIFER

	Dimensiones exteriores (m)	Dimensiones interiores (m)	Abertura de Puertas (m)	Capacidad (kgs)
<b>Largo</b>	6.058	5.90		
<b>Ancho</b>	2.43	2.33	2.33	
<b>Altura</b>	2.59	2.36	2.27	
<b>Total</b>				20,320
<b>Tara</b>				2,250
<b>Carga</b>				18,070
<b>Capacidad cúbica</b>				32.5m <sup>3</sup>

#### 4.6. DOCUMENTOS<sup>10</sup> Y TRAMITES

Los documentos son necesarios tanto en México como en el país importador, en cuyas aduanas serán requeridos para autorizar la internación definitiva de los productos.

Un requisito básico para el exportador mexicano es disponer de su Registro Federal de Causantes (RFC), expedido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), necesario no solamente para la realización de negociaciones con clientes de mercados externos, sino también para muchos trámites domésticos.

- ◆ Pedimento de Exportación
- ◆ Factura Comercial.
- ◆ Certificado de Origen.
- ◆ Documento de Embarque ( Bill of Leading).
- ◆ Lista de Empaque.
- ◆ Certificado de La Secretaria de Salud.
- ◆ Póliza de Seguro.

<sup>10</sup> Ver anexo 10



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**4.7 CONTRATOS<sup>11</sup> Y FORMAS DE PAGO**

**4.8 PROGRAMA DE ACTIVIDADES A CORTO PLAZO (AÑO 2002 / 2003)**

ACTIVIDAD	MESES												COSTO O INVERSIÓN (\$)						
	2002						2003												
	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E		F	M	A	M	J	J
Registro de Marca												X							2,000
Proyecto de Exportación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							20,000
Honorarios													X	X	X	X	X	X	72,000
<b>TOTAL</b>																			<b>94,000</b>

<sup>11</sup> Ver anexo 11



Fábrica de  
dulces regionales

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

### 5. ASPECTOS FINANCIEROS

#### 5.1 CAPITAL DE TRABAJO

##### 5.1.1 CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL POR CONTENEDOR (10 MESES)

CONCEPTO	MENSUAL PESOS	ANUAL PESOS
Materia prima	120000	1200000
Embalaje	4800	48000
Flete Nacional	12075	120750
Maniobras a recinto fiscal	150	1500
Derechos de Muellaje	500	5000
Maniobra de costado a borde de buque	4000	40000
Flete Internacional	11000	110000
Honorarios del agente aduanal	500	5000
Seguro de la mercancía	343,0152	3430
Sueldos	12000	144000
Servicios	2000	24000
Papelería	500	6000
SUBTOTAL	167868	1707680
(+) Imprevistos 1%	1679	17076,8
<b>TOTAL</b>	<b>169547</b>	<b>1724756,8</b>

##### 5.1.2 INVERSION

###### FIJA

##### DEPARTAMENTO DE EXPORTACION

CONCEPTO	
Equipo de oficina	15000
Equipo de Cómputo	20000
(+) Imprevistos 1.5%	525
<b>TOTAL</b>	<b>35525</b>

##### 5.1.3 INVERSION DIFERIDA

###### CONCEPTO

Registro de Marca en México 2000



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"



5.4.3 CLASIFICACION DE COSTOS Y GASTOS

CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Depreciación	7105		7105	
Amortización	200		200	
Materia prima		1200000		1200000
Embalaje		48000		48000
Flete Nacional		120750		120750
Maniobras a recinto fiscal		1500		1500
Derechos de Muellaje		5000		5000
Maniobra de costado a borde de buque		40000		40000
Flete Internacional		110000		110000
Honorarios del agente aduanal		5000		5000
Seguro de la mercancía		3430		3430
Sueldos	144000		144000	
Servicios	24000		24000	
Papelaría	6000		6000	
<b>TOTAL</b>	<b>181305</b>	<b>1533680</b>	<b>181305</b>	<b>1533680</b>

AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
7105		7105		7105	
200		200		200	
	1200000		1200000		1200000
	48000		48000		48000
	120750		120750		120750
	1500		1500		1500
	5000		5000		5000
	40000		40000		40000
	110000		110000		110000
	5000		5000		5000
	3430		3430		3430
144000		144000		144000	
24000		24000		24000	
6000		6000		6000	
<b>181305</b>	<b>1533680</b>	<b>181305</b>	<b>1533680</b>	<b>181305</b>	<b>1533680</b>

Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO**

DATOS	MONTO
CF= Costos Fijos	181305
CV= Costos Variables	2E+06
I= Ingresos totales anuales	3E+06
P= Precio de Venta	13
CVU= Costo Variable Unitario	6,3903
No. Unidades anuales	240000

**5.5.1 PUNTO DE EQUILIBRIO (PESOS)**

FORMULA  $CF / 1 - CV / I$   
**P.E. = 356593.6255**

**5.5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)**

FORMULA  $CF / P - CVU$   
**P.E. = 13940.1481**

**5.5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO PRECIO MINIMO**

FORMULA  $CF + CV / \text{No. UNIDADES ANUALES}$   
**PRECIO MINIMO = 7.1457**

**5.6 ESTADO DE RESULTADOS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	3120000	3120000	3120000	3120000	3120000
(-) Costos Variables	1533680	1533680	1533680	1533680	1533680
(=) Margen de Cont.	1586320	1586320	1586320	1586320	1586320
(-) Costos Fijos	181305	181305	181305	181305	181305
(=) Utilidad a/impuesto	1405015	1405015	1405015	1405015	1405015
(-) ISR 35%	491755	491755,3	491755	491755	491755
(-) PTU 10%	140502	140501,5	140502	140502	140502
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>772758</b>	<b>772758,3</b>	<b>772758</b>	<b>772758</b>	<b>772758</b>



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Fábrica de dulces regionales

**5.6.1 ESTADO DE RESULTADOS EXPRESADOS EN DÓLARES (T.C.\$10 dls)**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	312000	312000	312000	312000	312000
(-) Costos Variables	153368	153368	153368	153368	153368
(=) Margen de Contribución	158632	158632	158632	158632	158632
(-) Costos Fijos	18130,5	18130,5	18130,5	18130,5	18130,5
(=) Utilidad antes de impuesto	140502	140501,5	140502	140502	140502
(-) ISR 35%	49175,5	49175,53	49175,5	49175,5	49175,5
(-) PTU 10%	14050,2	14050,15	14050,2	14050,2	14050,2
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>77275,8</b>	<b>77275,83</b>	<b>77275,8</b>	<b>77275,8</b>	<b>77275,8</b>

**5.7 RAZONES FINANCIERAS**

FORMULA	
RENTABILIDAD = U. NETA / INVERSION TOTAL	
Utilidad Neta =	772758
Inversión Total =	1762282
<b>Rentabilidad =</b>	<b>0,4385</b>
	<b>43,85%</b>

**5.8 TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	U.NETA	DEPR +AMORT	INV. SOCIOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	0	0	1762281,8	-1762282
1	772758,3	7305	0	780063,25
2	772758,3	7305	0	780063,25
3	772758,3	7305	0	780063,25
4	772758,3	7305	0	780063,25
5	772758,3	7305	0	780063,25

34%

TIR = 34%

## **BIBLIOGRAFIA**

- Guía Básica del Exportador. 5ª, 8ª, 9ª Edición. Bancomext.
- World Trade Atlas (Disco Completo).
- Revista Negocios Internacionales.
- Negocios Promocionales 2000 Sector Alimentos Frescos.
- Exporting to the USA (Bancomext).
- Principales Tratados y Acuerdos firmados por México. (Bancomext).
- Introducción a la Clasificación Arancelaria de las Mercancías (Julio M. Carvajal Smith).
- Enciclopedia Encarta 2001.
- Estudios y Perfiles de Mercado Bancomext.
- Census Population Survey Bancomext.
- Centro de Servicios Bancomext.
- Guía de Exportación Sectorial "Alimentos Procesados".
- Estados Unidos Perfil de Dulces y Caramelos Mexicanos en el Sureste.
- Logística del Transporte Internacional (Abraham Arellano).
- Guía Práctica para la elaboración de un Convenio o Contrato de Compraventa Internacional de Mercaderías.
- Guía Práctica para la elaboración de un Convenio o Contrato de Exportación de Productos Perecederos.
- Modalidades de Pago Internacional de Importaciones Bancomext.
- Consejería Comercial Los Ángeles. Programa Anual de Trabajo.
- Guía Práctica para el Manejo de Cartas de Crédito de Exportación. Bancomext.
- INCOTERMS – ICC. Bancomext.
- Sistema Armonizado Bancomext.
- [www.inegi.gob](http://www.inegi.gob)
- [www.sedeco.gob](http://www.sedeco.gob)
- [www.se.gob.mx](http://www.se.gob.mx)
- [www.tradeport.org](http://www.tradeport.org)
- [www.eurosur.org/guiadelmundo.htm](http://www.eurosur.org/guiadelmundo.htm)
- [www.usinfo.state.gov/español/](http://www.usinfo.state.gov/español/)
- [www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov)
- [www.taric.com](http://www.taric.com)
- [www.cia.org](http://www.cia.org)
- [www.guiadelmundo.com](http://www.guiadelmundo.com)
- [www.data.bls.gov](http://www.data.bls.gov)
- [www.intracen.org](http://www.intracen.org)
- [www.atlasmundial.com](http://www.atlasmundial.com)
- [www.census.gov](http://www.census.gov)
- [www.fao.org](http://www.fao.org)
- [www.bancomext.com](http://www.bancomext.com)
- [www.siem.org](http://www.siem.org)
- [www.wto.org](http://www.wto.org)



Fábrica de  
dulces regionales

## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

---

- [www.dobleu.com](http://www.dobleu.com)
- [www.usitc.gov](http://www.usitc.gov)
- [www.ccmexico.com.mx](http://www.ccmexico.com.mx)
- [www.mundolatino.com/censo](http://www.mundolatino.com/censo)
- [www.usembassy-mexico.gov](http://www.usembassy-mexico.gov)
- [www.unerbarry.com/catalog](http://www.unerbarry.com/catalog)
- <http://cnnfn.cnn.com/markets/commodities.html>
- [www.worldbank.org/html/ieccp/](http://www.worldbank.org/html/ieccp/)
- <http://stats.bls.gov/uphome.htm>
- <http://data.bls.gov>
- [www.fda.org](http://www.fda.org)
- [www.yahoo-paises-E.U.](http://www.yahoo-paises-E.U.)
- [www.iso.sh/cate/67.html](http://www.iso.sh/cate/67.html)
- <http://ificinfo.health.org>
- [www.ift.org](http://www.ift.org)
- [www.ifis.co.uk/index.html](http://www.ifis.co.uk/index.html)
- [www.crundex.com](http://www.crundex.com)
- [www.apl.com](http://www.apl.com)
- [www.maersklines.com](http://www.maersklines.com)
- [www.likeslines.com](http://www.likeslines.com)
- [www.tmm.com](http://www.tmm.com)
- [www.api.com](http://www.api.com)
- [www.compuserve.com](http://www.compuserve.com)
- [www.cgtd.com/global/directory.html](http://www.cgtd.com/global/directory.html)
- [www.fedstats.gov](http://www.fedstats.gov)
- [www.fedworld.gov](http://www.fedworld.gov)
- [www.fedworld.gov](http://www.fedworld.gov)
- [www.sme.com](http://www.sme.com)



## CONCLUSIONES

En los últimos años, se ha visto favorecido y con gran auge el comercio nacional e internacional; dado las necesidades y demandas de todos los países.

Por tal motivo y llena de satisfacción, realicé mi tesina profesional en un proyecto de exportación, presentando todos los procedimientos que deben seguirse, tratando siempre que la ejecución de los mismos sea lo mejor posible, puesto que son varias etapas a seguir, cuidando las especificaciones generales de leyes internacionales de exportación, para asegurar y garantizar cada proyecto así como el cumplimiento del mismo con los mercados internacionales.

Llevé a cabo este proyecto en forma legible para que sirva como consulta a quien lo necesite, dado que para realizar este tipo de trabajo se requieren conocimientos profesionales y gracias a Dios yo los adquirí estudiando la Licenciatura en Comercio Internacional en la Universidad Vasco de Quiroga.

Teniendo México personas preparadas, capacitadas y perseverantes saldremos todos adelante y haremos de México un país con mejor futuro.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

### ANEXO 1.

#### CURRICULO VITAE DEL GERENTE DE "LA FUENTE"

##### DATOS PERSONALES

Nombre: José López de la Fuente Dufau.

Fecha de Nacimiento: 21 de Diciembre de 1960.

Lugar de Nacimiento: Morelia, Michoacán.

Domicilio: Miguel de Rivera núm. 431. Colonia 18 de Mayo. Tel. 3-23-27-35. C.P. 58070. Morelia, Michoacán.

Edad: 43 años.

Sexo: Masculino.

Nacionalidad: Mexicana.

Estado Civil: Casado

Nombre del padre: Octavio López de la Fuente.

Nombre de la madre: María Elena Dufau Gallegos.

##### ESCOLARIDAD

Nombre	De Fecha	A Fecha	Título recibido
Instituto de Ciencias Agrícolas de Puebla	1968	1974	Certificado de Primaria
Instituto Oriente de Puebla	1974	1977	Certificado de Secundaria
Universidad Autónoma del Edo. De Puebla	1977	1980	Certificado de Preparatoria
CEBETA # 7	1980	1983	Técnico Agropecuario
Instituto Tecnológico Agropecuario de Morelia	1984	1987	Ingeniero Agrónomo Fitotecnista

##### LOGROS OBTENIDOS

- Mención Honorífica de aprovechamiento (1977).
- Representante de la selección de fútbol de la escuela (1980).
- Trabajó en la Aseguradora Agrícola y Ganadera S.A. de C.V. (ANAGA) en la cd. de Morelia 1 año y en la cd., de Apatzingán por 5 años. (1985-1990).
- Fundador de la Empresa de Dulces Regionales "La Fuente". (1991).
- Curso de Computación curricular (1999).

### ANEXO 2.

#### PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL DULCE

- Al recibir la fruta, se lava muy bien y se pone a cocer en unos cazos durante una hora.
- Ya cocida la fruta se separa del hueso y el puré se bate durante unos minutos.
- Se agrega el conservador (pensuato de sodio .002gr.) y el blanqueador.
- Ya cocida la fruta, se almacena en unas cubetas de 20kg.
- Se pica la nuez y se muele el coco (por separado).
- Al preparar el relleno, se pone la cantidad necesaria de fruta, según el tipo de relleno que tendrá el dulce.
- El puré ya elaborado y almacenado anteriormente se pone en unas bandas o laminadoras para formar la laminilla que posteriormente se rellenará.
- Se le agrega azúcar, glucosa, nuez y/o coco y se cuece por una hora.
- Se espera a su enfriamiento.
- Ya hechas las tiras de la fruta deseada se rellenan, se enrollan y terminados los dulces se envuelven en el papel celofán y por último se etiquetan y colocan en cajas listos para su distribución.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- Cabe mencionar que según la temporada en que nos encontremos, se hacen pequeños cambios en el proceso productivo del dulce ya sea para ablandar un poco la fruta o endurecerla más como se da en la estación de calor.

### **ANEXO 3**

#### **FUNCIÓN DEL EQUIPO INTEGRANTE DE LA FABRICA "LA FUENTE"**

- La función principal del gerente es prever y evitar que la empresa no tenga algún problema de ninguna índole, logrando llevar a cabo la visión, misión, objetivos y metas de la organización. Maneja todo lo referente a las tomas de decisiones dentro de la empresa y pone el buen ejemplo ante sus subordinados para una eficiente organización y colaboración entre todos los miembros de dicha compañía.
- No existe propiamente el departamento de Contabilidad, pero lo manejamos como Staff para la empresa.
- La función principal de la asistente es llevar el control de la agenda del gerente, (cuándo serán las citas con los clientes, en dónde, con cuál cliente, el motivo de la cita, etc.) así como algunas operaciones bancarias.
- El jefe de personal se encarga de decir qué obrero hace determinado oficio, en general dentro de la empresa y durante el proceso productivo, cuándo y cómo lo realizará, así como enterar de la cantidad de dulces a producir, que tipo de relleno llevará, el tamaño de éste, el tiempo de entrega, etc.
- La empresa cuenta con 9 obreros que se encargan de la producción del dulce; entre ellos se rolan los diferentes tipos de trabajo, es decir, cuando se trata de cargar o descargar la mercancía, y en la elaboración del dulce, entre otros.
- La secretaria es la mano derecha del dueño, ya que es una persona elemental para una buena organización en la empresa, pues toma notas de todo, por ejemplo si hay citas con clientes o proveedores, datos de todos los trabajadores, envía y recibe los documentos para la fábrica y/o el dueño, etc.
- La persona de intendencia se encarga que al final de la jornada quede todo recogido y limpio para que al día siguiente se comience de nuevo la producción manteniendo las instalaciones limpias y presentables.

### **ANEXO 4.**

#### **PERFIL DE POSICIONES PUESTOS VACANTES**

##### Departamento de Producción y Calidad:

- ♦ Ingeniero Químico.
- ♦ Sexo indiferente.
- ♦ Edad de 25 en adelante.
- ♦ Estado civil casado.
- ♦ Responsable, Organizado.

##### Departamento de Comercialización, Mercadotecnia y Ventas:

- Licenciado en Comercio Internacional
- Sexo Indistinto
- Soltero de 23 años en adelante
- Posibilidades de viajar
- Disponibilidad para cambio de residencia
- Dominio de idioma Inglés.
- Activo, organizado, innovador.
- *Facilidad de palabra y Buena Presentación.*

##### Departamento de Contabilidad:

- Persona titulada en Contabilidad.
- Sexo indistinto.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- Conocimiento de Aspectos contables internacionales.
- Responsable, Honesta, Organizada.

### **ANEXO 5**

#### **REGLAMENTO OFICIAL DE LA SECRETARÍA DE SALUD.**

##### Título Octavo.2

Frutas, Hortalizas y sus derivados.

Capítulo Unico.

Artículo 99 y Artículo 100.

Para efectos de este reglamento, dentro de los productos y derivados de frutas y hortalizas quedan comprendidos los siguientes:

1. Frutas secas
2. Frutas y hortalizas deshidratadas
3. Frutas y hortalizas congeladas
4. Frutas y hortalizas en conserva
5. Frutas cristalizadas
6. Jugos
7. Néctares
8. Jaleas
9. Mermeladas
10. Ates
11. Purés
12. Pulpas y
13. Salsas.

#### **Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI-1994, Especificaciones Generales de Etiquetado Para Alimentos y Bebidas No Alcohólicas Preenvasados.**

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamentos en los arts. 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1º, 39 fracción V, 40 fracción XII, 47 fracción IV de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, 9 y 24 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; 5º fracción XIII inciso a) del Acuerdo que absorbe Orgánicamente Unidades Administrativas y delega Facultades en los Subsecretarios, Oficial Mayor, Jefes de Unidad, Directores Generales, Coordinador General y otros Subalternos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de marzo de 1994 y reformado por decreto publicado en el mismo medio informativo de 14 de septiembre del mismo año.

Para estos efectos esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor el 1º de Septiembre de 1996, con excepción de lo relacionado con información nutrimental, lo cual entrará en vigor el 1º de enero de 1998.

Objetivo: Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto la información comercial que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas de fabricación nacional y extranjera, así como determinar las características de dicha información.

Esta norma es aplicable a todos los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional y extranjera destinadas a los consumidores en territorio nacional.

Esta Norma Oficial Mexicana se complementa con las siguientes normas vigentes: NOM-002-SCFI (Productos Preenvasados-Contenido neto-Tolerancias y métodos de verificación); NOM-008-SCFI (Sistema General de Unidades de Medida); NOM-030-SCFI (Información Comercial-Declaración de cantidad en la etiqueta-especificaciones).

### **ANEXO 6**

#### **CODIGO INTERNACIONAL RECOMENDADO DE PRACTICAS DE HIGIENE PARA LAS FRUTAS Y HORTALIZAS DESHIDRATADAS INCLUIDOS LOS HONGOS COMESTIBLES (CAC/RCP 5-1971)**

##### **SECCION I - AMBITO DE APLICACION**



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

El presente código de prácticas de higiene se aplicará a las frutas y hortalizas que han sido deshidratadas artificialmente (incluidas las desecadas por liofilización), bien sea a partir de productos frescos o bien en combinación con la desecación al sol, y comprende los productos a los que suele aludirse con la expresión "alimentos deshidratados".

Estas frutas y hortalizas contienen relativamente poca humedad y, en general, tienen un sabor desagradable cuando están deshidratadas, y pueden mantenerse en condiciones normales sin que se alteren demasiado por la acción de mohos, acción enzimática o bacteriana.

Las frutas o las hortalizas pueden presentarse en forma de rodajas, cubitos, dados, granuladas o en cualquier otro tipo de división, o dejarse enteras antes de su deshidratación.

Las frutas reguladas por las disposiciones del presente Código comprenden, pero sin que se limiten solamente a éstas, las manzanas, bananos, arándanos, cerezas y arándanos americanos.

Las hortalizas reguladas por las disposiciones del presente Código comprenden, pero sin que se limiten solamente a éstas, las siguientes: alcachofas, espárragos, frijoles verdes, coles, coliflores, apio, maíz dulce, berenjenas, cebollas, guisantes (arvejas) frescos, patatas (papas), calabazas, batatas, tomates, setas cultivadas comestibles y setas silvestres secas, enteras o en rodajas, de acuerdo con una lista de variedades aprobadas por la autoridad competente del país consumidor.

Se excluyen: las nueces de árbol y las "frutas secas" del comercio, con un contenido de humedad relativamente alto, que son comestibles en estado seco; otros productos secos, tales como los cereales en grano,

legumbres y leguminosas, incluidos los frijoles maduros secos, los guisantes (arvejas) secos, excepto los guisantes (arvejas) verdes, especias desecadas y otros productos alimenticios desecados que sólo ocasionalmente requieren un secado artificial o tratamiento de acondicionamiento antes de ser almacenados.

### SECCION II - DEFINICIONES

Se entiende por **deshidratación** la eliminación de la humedad por medios artificiales y, en algunos casos, en combinación con el secado al sol.

### SECCION III - REQUISITOS DE LAS MATERIAS PRIMAS

#### A. Saneamiento ambiental en las zonas de cultivo y producción de alimentos

1) **Evacuación sanitaria de las aguas residuales de origen humano y animal.** Deberán tomarse las precauciones adecuadas para asegurar que las aguas residuales de origen humano y animal se eliminen de tal modo que no constituyan un peligro para la higiene ni la sanidad pública, y deberá ponerse especial cuidado en proteger los productos contra la contaminación con estas aguas.

2) **Calidad sanitaria del agua de riego.** El agua empleada para regar no deberá constituir ningún peligro público contra la salud del consumidor a través del producto.

3) **Lucha contra las enfermedades y las plagas vegetales y animales.** Cuando se adopten medidas para combatir las plagas, el tratamiento con agentes químicos, biológicos o físicos, deberá hacerse únicamente de acuerdo con las recomendaciones del organismo oficial competente, bajo la supervisión directa de personal que esté plenamente familiarizado con los peligros que pueden presentarse, incluyendo la posibilidad de que las cosechas retengan residuos tóxicos.

#### B. Recolección y producción de alimentos en condiciones higiénicas

1) **Equipo y recipientes para el producto.** El equipo y los recipientes que se empleen para envasar los productos no deberán constituir un peligro para la salud. Los envases que se vuelvan a utilizar deberán ser de material y construcción tales que faciliten su limpieza completa y mantenerse limpios y en condiciones que no constituyan una fuente de contaminación para el producto.

2) **Técnicas sanitarias.** Las operaciones, métodos y procedimientos que se empleen en la recolección y producción deberán ser higiénicos y sanitarios.

3) **Eliminación de productos evidentemente inadecuados.** Los productos no aptos deberán separarse durante la recolección y producción en la mayor medida posible, y deberán eliminarse en una forma y lugar tales que no puedan dar lugar a la contaminación de los suministros de alimentos y agua o de otras cosechas.

4) **Protección del producto contra la contaminación.** Deberán tomarse precauciones adecuadas para evitar que el producto bruto sea contaminado por animales, insectos, parásitos, pájaros, contaminantes químicos o microbiológicos u otras sustancias objetables durante la manipulación y el almacenamiento. La naturaleza del producto y los métodos de recolección indicarán el tipo y grado de protección que se necesitan.

#### C. Transporte

1) **Medios de transporte.** Los vehículos que se utilicen para el transporte de la cosecha o del producto bruto desde la zona de producción, lugar de recolección o almacenamiento, deberán ser



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

adecuados para la finalidad a que se destinan y de un material y construcción tales que permitan una limpieza completa, debiendo limpiarse y mantenerse de modo que no constituyan una fuente de contaminación para el producto.

2) **Procedimientos de manipulación.** Todo procedimiento de manipulación deberá ser de tal naturaleza que impida la contaminación del producto. Habrá de ponerse especial cuidado en el transporte de los productos perecederos para evitar su putrefacción o alteración. Deberá emplearse equipo especial por ejemplo, equipo de refrigeración - si la naturaleza del producto o las distancias a que haya de transportarse así lo aconsejan. Si se utiliza el hielo en contacto con el producto, el hielo tendrá que cumplir los requisitos sanitarios que se estipulan en la sección IV - A. (2c).

### **SECCION IV - REQUISITOS DE LAS INSTALACIONES Y DE LAS OPERACIONES DE ELABORACION**

#### **A. Proyecto y construcción de las instalaciones**

1) **Emplazamiento, dimensiones y diseño sanitario.** El edificio y la zona circundante deberán ser de tal naturaleza que puedan mantenerse razonablemente exentos de olores objetables, humo, polvo, o de otros elementos contaminantes; deberá ser de dimensiones suficientes para los fines que se persiguen

sin que haya aglomeraciones de personal ni de equipo; de construcción sólida y conservados en buen estado; deberán ser de un tipo de construcción que impida que entren o aniden insectos, pájaros o parásitos y deberán proyectarse de tal modo que pueda limpiarse convenientemente y con facilidad. En las zonas en que haya elevadas concentraciones de contaminantes transportados por el aire, deberá emplearse equipo adecuado para eliminar del aire los contaminantes que pasen por encima o a través del producto.

#### **2) Instalaciones y controles sanitarios**

a) **Separación de las operaciones de elaboración.** Las zonas donde hayan de recibirse o almacenarse las materias primas deberán estar separadas de las que se destinan a la preparación o envasado del producto final, de tal forma que se excluya toda posibilidad de contaminación del producto terminado. Las zonas y los compartimientos destinados al almacenamiento, fabricación o manipulación de productos comestibles, deberán estar separados y ser diferentes de los destinados a materias no comestibles. La zona destinada a la manipulación de los alimentos deberá estar completamente separada de aquellas partes del edificio que se destinen a viviendas del personal.

b) **Suministro de agua.** Deberá disponerse de un abundante suministro de agua fría y caliente. El agua habrá de ser de calidad potable. Las normas de potabilidad no deberán ser inferiores a las estipuladas en las "Normas Internacionales para el Agua Potable" de la Organización Mundial de la Salud, 1971.

c) **Hielo.** El hielo habrá de fabricarse con agua de calidad potable y fabricarse, manipularse, almacenarse y utilizarse de modo que esté protegido contra las contaminaciones.

d) **Suministro auxiliar de agua.** Cuando se utilice agua no potable - como, por ejemplo, para la lucha contra incendios - el agua deberá transportarse por tuberías completamente separadas, a ser posible identificadas con colores, y sin que haya ninguna conexión transversal ni sifón hado de retroceso con las tuberías que conducen el agua potable.

e) **Instalación de cañerías y eliminación de aguas residuales.** Toda la instalación de las cañerías y tuberías de eliminación de las aguas residuales (incluidos los sistemas de alcantarillado) deberán ser suficientemente grandes para soportar cargas máximas. Todas las conexiones deberán ser estancas y disponer de trampas y respiraderos adecuados. La instalación de cañerías y la forma de eliminación de las aguas residuales deberán ser aprobadas por el correspondiente organismo oficial competente.

La eliminación de los desechos sólidos o semisólidos de las zonas de preparación, elaboración, enlatado y envasado del producto, deberá efectuarse de un modo continuo o casi continuo, empleando agua y/o equipo apropiado, con objeto de que dichas zonas se mantengan limpias y no exista peligro de contaminación del producto.

Dichos desechos deberán eliminarse en un lugar y en una forma tales que no puedan emplearse como alimento humano y no puedan contaminar los alimentos ni el suministro de agua, ni constituyan puntos donde puedan anidar o reproducirse los roedores, insectos u otros parásitos.

f) **Iluminación y ventilación.** Los locales deberán estar bien iluminados y ventilados. Deberá prestarse atención especial a los respiraderos y al equipo que produce calor excesivo, vapor de agua, humos o vapores nocivos, o aerosoles contaminantes. Es importante contar con una buena ventilación para impedir tanto la condensación (con el posible goteo del vapor de agua sobre el producto), como el desarrollo de mohos en las estructuras altas, ya que estos mohos pueden caer sobre los alimentos. Las bombillas y lámparas colgadas sobre los alimentos, en cualquiera de las



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

fases de preparación, deberán ser del tipo de seguridad, o protegidas de cualquier otra forma, para impedir la contaminación de los alimentos en el caso de rotura.

g) **Retretes y servicios.** Deberán instalarse retretes adecuados y convenientes y las zonas dedicadas a estos servicios deberán estar provistas de puertas que se cierren automáticamente. Los retretes deberán estar bien iluminados y ventilados y no dar directamente a la zona donde se manipulen los alimentos y, en todo momento, deberán mantenerse en perfectas condiciones higiénicas. Dentro de la zona destinada a retretes y salas de aseo, deberá haber servicios para lavarse las manos, y deberán ponerse rótulos en los que se requiera al personal que se lave las manos después de usar los servicios.

h) **Instalaciones para lavarse las manos.** Los empleados deberán disponer de instalaciones adecuadas y convenientes para lavarse y secarse las manos, siempre que así lo exija la naturaleza de las operaciones en las que intervienen. Estas instalaciones deberán ser perfectamente visibles desde la planta de elaboración. Siempre que sea posible, se recomienda que se empleen toallas de uso personal, que se desechan después de utilizadas una sola vez, pero, de todos modos, el método que se adopte para secarse las manos deberá estar aprobado por el correspondiente organismo oficial competente. Estas instalaciones deberán mantenerse en todo momento en perfectas condiciones higiénicas.

### B. Equipo y utensilios

1) **Materiales.** Todas las superficies que entren en contacto con los alimentos deberán ser lisas, estar exentas de picaduras, grietas y no estar descascarilladas; estas superficies no deberán ser tóxicas y habrán de ser inatacables por los productos alimenticios; capaces de resistir las operaciones repetidas de limpieza normal, y no deberán ser absorbentes, a menos que la naturaleza de un determinado proceso, aceptable desde otros puntos de vista, exija emplear una superficie, por ejemplo, de madera.

2) **Proyecto, construcción e instalación sanitarios.** El equipo y los utensilios deberán estar diseñados y contruidos de modo que prevengan los riesgos contra la higiene y permitan una fácil y completa limpieza. El equipo fijo deberá instalarse de tal modo que pueda limpiarse fácil y completamente.

3) **Equipo y utensilios.** El equipo y los utensilios empleados para manipular contaminantes o materias no comestibles deberán marcarse, indicando su utilización, y no deberán utilizarse para manipular productos comestibles.

4) **Construcción del equipo de secado.** El equipo empleado para el secado deberá construirse y funcionar de tal forma que el producto no pueda resultar desfavorablemente afectado por el medio de secado que se utilice.

### C. Requisitos higiénicos de las operaciones

1) **Mantenimiento sanitario de la instalación, equipo y edificaciones.** El edificio, el equipo y los utensilios, y todos los demás accesorios de la instalación, deberán mantenerse en un buen estado de funcionamiento y limpios, en forma ordenada y en unas buenas condiciones sanitarias. En los lugares de trabajo y mientras esté funcionando la instalación, deberán eliminarse frecuentemente los materiales de desecho y deberán proveerse recipientes adecuados para verter las basuras. Los detergentes y

desinfectantes empleados deberán ser adecuados para los fines que se utilizan, y deberán utilizarse de tal forma que no constituyan ningún riesgo para la salud pública.

2) **Lucha contra los parásitos.** Deberán adoptarse medidas eficaces para evitar que entren y aniden en los edificios insectos, roedores, pájaros y otros parásitos.

3) **Prohibición de animales domésticos.** Deberá prohibirse terminantemente la entrada de perros, gatos y otros animales domésticos en la zona donde se elaboren o almacenen los alimentos.

4) **Salud del personal.** La dirección de la fábrica deberá notificar al personal que todo empleado que padezca heridas infectadas, tenga llagas o cualquier enfermedad, especialmente diarrea, deberá presentarse inmediatamente a la dirección. Esta tomará las medidas necesarias para garantizar que no se permita trabajar a ninguna persona que se sepa que padece alguna enfermedad que pueda transmitirse por medio de los alimentos, o que se sepa que es un vector de dichos microorganismos patógenos, o mientras continúe infectada por heridas, llagas o cualquier enfermedad, en ningún departamento de la fábrica de alimentos en que haya la probabilidad de que dicha persona pueda contaminar los alimentos con organismos patógenos o la superficie que entre en contacto con dichos alimentos.

5) **Sustancias tóxicas.** Todos los rodenticidas, fumigantes, insecticidas u otras sustancias tóxicas deberán almacenarse en cámaras o depósitos cerrados con llave, y sólo podrán ser manipulados por



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

personal convenientemente capacitado para este trabajo. Deberán utilizarlos solamente el personal que posea un pleno conocimiento de los peligros implícitos, incluyendo la posibilidad de contaminación del producto, o bajo su supervisión directa.

### 6) **Higiene del personal y prácticas de manipulación de los alimentos**

a) Todas las personas que trabajen en una fábrica de productos alimenticios deberán mantener una esmerada limpieza personal mientras estén de servicio. Las ropas, incluyendo el tocado adecuado de cabeza, habrán de ser apropiadas para las tareas que realicen y mantenerse limpias.

b) Deberán lavarse las manos tantas veces como sea necesario para cumplir con las prácticas higiénicas prescritas para las operaciones.

c) En las zonas donde se manipulen los alimentos estará prohibido escupir, comer y el uso de tabaco y masticar chicle.

d) Deberán tomarse todas las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los productos alimenticios o de los ingredientes con cualquier sustancia extraña.

e) Las abrasiones y cortaduras de pequeña importancia en las manos deberán curarse y cubrirse convenientemente con un vendaje impermeable adecuado. Deberá haber un botiquín de urgencia para atender estos casos, con el fin de evitar la contaminación de los alimentos.

f) Los guantes que se utilicen para manipular los alimentos se mantendrán en perfectas condiciones de higiene y estarán limpios. Estarán fabricados de un material impermeable, excepto en aquellos casos en que su empleo sea inapropiado o incompatible con los trabajos que hayan de realizarse.

### D. **Requisitos de las operaciones y de la producción**

#### 1) **Manipulación de las materias primas.**

a) **Criterios de aceptación.** La fábrica no deberá aceptar ninguna materia prima si se sabe que contiene sustancias descompuestas, tóxicas o extrañas, que no puedan ser eliminadas en medida aceptable por medio de los procedimientos normales de clasificación o preparación empleados por la fábrica.

b) **Almacenamiento.** Las materias primas almacenadas en los locales de la fábrica deberán mantenerse en condiciones tales que estén protegidas contra la contaminación e infestación, y que las posibilidades de alteración se reduzcan a un mínimo.

c) **Agua.** El agua empleada para transportar las materias primas al interior de la fábrica, deberá ser de una procedencia tal, o estar tratada de tal modo que no constituya un riesgo para la salud pública, y deberá emplearse únicamente mediante la previa autorización del organismo oficial competente.

2) **Inspección y clasificación.** Las materias primas, antes de ser introducidas en el proceso de elaboración, o en un punto conveniente del mismo, deberán someterse a inspección, clasificación o selección, según las necesidades, para eliminar las materias inadecuadas. Tales operaciones deberán realizarse en condiciones sanitarias y de limpieza. En las operaciones ulteriores de elaboración, solamente deberán emplearse materias primas limpias y en buen estado.

3) **Lavado u otra preparación.** Las materias primas deberán lavarse según sea necesario para separar la tierra o eliminar cualquier otra contaminación. El agua que se haya utilizado para estas operaciones no deberá recircularse, a menos que se haya tratado adecuadamente para mantenerla en unas condiciones que no constituyan peligro alguno para la salud pública. El agua empleada para las operaciones de lavado, enjuagado o transporte de productos alimenticios terminados, deberá ser de calidad potable.

4) **Preparación y elaboración.** Las operaciones preparatorias para obtener el producto terminado y las operaciones de envasado, deberán sincronizarse de tal forma que en el proceso de producción se logre una manipulación rápida de unidades consecutivas, en condiciones que eviten la contaminación, alteración, putrefacción o el desarrollo de microorganismos infecciosos o toxicogénicos.

#### 5) **Envasado del producto terminado**

a) **Materiales.** Los materiales que se empleen para envasar deberán almacenarse en condiciones higiénicas y no deberán transmitir al producto sustancias objetables más allá de los límites aceptables por el organismo oficial competente, y deberán proporcionar al producto una protección adecuada contra la contaminación.

b) **Técnicas.** El envasado deberá efectuarse en condiciones tales que impidan la contaminación del producto.

6) **Conservación del producto terminado.** Los métodos de conservación o tratamiento del producto terminado deberán ser de tal índole que destruyan todos los insectos o ácaros que queden después de la elaboración, y que tengan como resultado la protección contra la contaminación, deterioro o desarrollo de un riesgo para la salud pública. El producto terminado deberá tener un



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

El presente código de prácticas de higiene se aplicará a todas las frutas y hortalizas envasadas en recipientes herméticamente cerrados y tratadas por calor antes o después de introducirse en los recipientes.

### SECCION II - DEFINICIONES

A. **Herméticamente cerrado** significa envase hermético.

B. **Recipiente** significa cualquier envase hermético para los alimentos, incluidos los siguientes materiales, pero sin limitarse a ellos: metal, vidrio o plástico laminado.

C. **Tratado por calor** significa sometido a tratamiento térmico en una medida tal que tenga como resultado la obtención de un producto inocuo, y que no ha de echarse a perder sometido a las temperaturas que, normalmente, cabe esperar durante su almacenamiento y transporte no refrigerados.

### SECCION III - REQUISITOS DE LAS MATERIAS PRIMAS

A. **Saneamiento ambiental en las zonas de cultivo y producción de alimentos**

1) **Evacuación sanitaria de las aguas residuales de origen humano y animal.** Deberán tomarse las precauciones adecuadas para asegurar que las aguas residuales de origen humano y animal se eliminen de tal modo que no constituyan un peligro para la higiene ni la sanidad públicas, y deberá ponerse especial cuidado en proteger todos los productos alimenticios contra la contaminación por estos desechos.

2) **Calidad sanitaria del agua de riego.** El agua empleada para regar no deberá constituir un peligro público contra la salud del consumidor a través del producto.

3) **Lucha contra las enfermedades y las plagas vegetales y animales.** Cuando se adopten medidas para combatir las plagas, el tratamiento con agentes químicos, biológicos o físicos, deberá hacerse únicamente de acuerdo con las recomendaciones del organismo oficial competente, bajo la supervisión directa de personal plenamente familiarizado con los peligros que pueden presentarse, incluyendo la posibilidad de que los cultivos retengan residuos tóxicos.

B. **Recolección y producción de materias primas alimenticias en condiciones higiénicas**

1) **Equipo y recipientes para el producto.** El equipo y los recipientes que se empleen para envasar los productos no deberán constituir un peligro para la salud. Los envases que se utilicen de nuevo deberán ser de material y construcción tales que faciliten su limpieza completa y mantenerse en todo momento limpios y en condiciones que no constituyan una fuente de contaminación para el producto.

2) **Técnicas sanitarias.** Las operaciones, métodos y procedimientos que se empleen en la recolección y producción deberán ser higiénicos y sanitarios.

3) **Eliminación de productos evidentemente inadecuados.** Los productos no aptos deberán separarse durante la recolección y producción en la mayor medida posible, y deberán eliminarse en una forma y lugar tales que no puedan dar lugar a la contaminación de los suministros de alimentos y de agua o de otras cosechas.

**Protección del producto contra la contaminación.** Deberán tomarse precauciones adecuadas para evitar que el producto bruto resulte contaminado por animales, insectos, parásitos, pájaros, contaminantes químicos o microbiológicos u otras sustancias objetables, durante la manipulación y el almacenamiento. La naturaleza del producto y los métodos de recolección indicarán el tipo y grado de protección que se necesitan.

C. **Transporte**

1) **Medios de transporte.** Los vehículos que se utilicen para el transporte de la cosecha o del producto bruto desde la zona de producción, lugar de recolección o almacenamiento, deberán ser convenientes para la finalidad a que se destinan y de un material y construcción tales que permitan una limpieza completa, debiendo limpiarse y mantenerse de modo que no constituyan una fuente de contaminación para el producto.

2) **Procedimientos de manipulación.** Todos los procedimientos de manipulación que se utilicen deberán ser de tal naturaleza que impidan la contaminación del producto. Habrá de ponerse especial cuidado en el transporte de productos perecederos para evitar su putrefacción o alteración. Deberá emplearse equipo especial - por ejemplo, equipo de refrigeración - si la naturaleza del producto o las distancias a que ha de transportarse así lo aconsejan. Si se utiliza el hielo en contacto con el producto, el hielo tendrá que cumplir los requisitos sanitarios que se estipulan en la sección IV - A. (2c).

### SECCION IV - REQUISITOS DE LAS INSTALACIONES Y DE LAS OPERACIONES DE ELABORACION

A. **Proyecto y construcción de las instalaciones**

- 1) **Emplazamiento, dimensiones y condiciones sanitarias**. El edificio y la zona circundante deberán ser de tal naturaleza que puedan mantenerse razonablemente exentos de olores objetables, de humo, de polvo, o de otros elementos contaminantes; deberán ser de dimensiones suficientes para los fines que se persiguen sin que haya aglomeración de personal ni de equipo; deberán ser de construcción sólida y mantenerse en buen estado; deberán ser de un tipo de construcción que impida que entren o aniden insectos, pájaros o parásitos de cualquier clase y deberán proyectarse de tal modo que puedan limpiarse convenientemente y con facilidad.
- 2) **Instalaciones y controles sanitarios**
- a) **Separación de las operaciones de elaboración**. Las zonas donde hayan de recibirse o almacenarse las materias primas deberán estar separadas de las que se destinen a la preparación o envasado del producto final, de tal forma que se excluya toda posibilidad de contaminación del producto acabado. Las zonas y los compartimentos destinados al almacenamiento, fabricación o manipulación de productos comestibles deberán estar separados y ser diferentes de los destinados a materias no comestibles. La zona destinada a la manipulación de los alimentos deberá estar completamente separada de aquellas partes del edificio que se destinen a viviendas del personal.
- b) **Suministro de agua**. Deberá disponerse de un abundante suministro de agua fría y caliente. El agua suministrada habrá de ser de calidad potable. Las normas de potabilidad no deberán ser inferiores a las estipuladas en las "Normas Internacionales para el Agua Potable" de la Organización Mundial de la Salud, 1971.
- c) **Hielo**. El hielo deberá fabricarse con agua de calidad potable y habrá de tratarse, manipularse, almacenarse y utilizarse de modo que esté protegido contra la contaminación.
- d) **Suministro auxiliar de agua**. Cuando se utilice agua que no sea potable - como, por ejemplo, para combatir los incendios - el agua deberá transportarse por tuberías completamente separadas, a ser posible identificadas con colores, y sin que haya ninguna conexión transversal ni sifonado de retroceso con las tuberías que conducen el agua potable.
- e) **Instalación de cañerías y eliminación de aguas residuales**. Toda la instalación de las cañerías y las tuberías de eliminación de las aguas residuales (incluidos los sistemas de alcantarillado) deberán ser suficientemente grandes para soportar cargas máximas. Todas las conexiones deberán ser estancas y disponer de trampas y respiraderos adecuados. La eliminación de aguas residuales se efectuará de tal modo que no pueda contaminarse el suministro de agua potable. La instalación de cañerías y la forma de eliminación de las aguas residuales deberán ser aprobadas por el correspondiente organismo oficial competente.
- f) **La eliminación de los desechos sólidos o semi-sólidos** de las zonas de envasado y de preparación de los productos deberá efectuarse de un modo continuo, o casi continuo, empleando agua y/o equipo apropiado con objeto de que estas zonas se mantengan limpias y no exista peligro de contaminación del producto. Igualmente, dichos desechos deberán eliminarse de tal forma que no puedan emplearse como alimento humano. Los materiales de residuos deberán eliminarse en un lugar y en una forma tales que no puedan contaminar los alimentos ni el suministro de agua, ni constituyan puntos donde puedan anidar o reproducirse los roedores, insectos u otros parásitos.
- g) **Iluminación y ventilación**. Los locales deberán estar bien iluminados y ventilados. Deberá prestarse atención especial a los respiraderos y al equipo que produce calor excesivo, vapor de agua, humos o vapores nocivos, o aerosoles contaminantes. Es importante disponer de ventilación para impedir tanto la condensación (con el posible goteo de agua sobre el producto) como el desarrollo de mohos en las estructuras altas, ya que estos mohos pueden caer sobre los alimentos. Las bombillas y lámparas colgadas sobre los alimentos, en cualquiera de las fases de la fabricación, deberán ser del tipo de seguridad, o protegidas de cualquier otra forma, para impedir la contaminación de los alimentos en el caso de rotura.
- h) **Retretes y servicios**. Deberán instalarse retretes adecuados y convenientes y las zonas dedicadas a estos servicios deberán estar provistas de puertas que se cierran automáticamente. Los retretes deberán estar bien iluminados y ventilados y no dar directamente a la zona donde se manipulen los alimentos y deberán mantenerse en perfectas condiciones higiénicas en todo momento. Dentro de la zona dedicada a retretes y salas de aseo, deberá haber servicios para lavarse las manos, y deberán ponerse rótulos en los que se requiera al personal que se lave las manos después de usar los servicios.
- i) **Instalaciones para lavarse las manos**. Los empleados deberán disponer de instalaciones adecuadas y convenientes para lavarse y secarse las manos, siempre que así lo exija la naturaleza de las operaciones en las que intervienen. Estas instalaciones deberán ser perfectamente visibles desde la planta de elaboración. Siempre que sea posible, se recomienda que se empleen toallas de

uso personal, que se desechan después de usadas, pero, de todos modos, el método que se adopte para secarse las manos deberá estar aprobado por el correspondiente organismo oficial competente. Los servicios e instalaciones deberán mantenerse en todo momento en perfectas condiciones higiénicas.

#### **B. Equipo y utensilios**

1) **Materiales.** Todas las superficies que entren en contacto con los alimentos deberán ser lisas, estar exentas de picaduras, grietas y no estar descascarilladas; estas superficies no deberán ser tóxicas y habrán de ser inatacables por los productos alimenticios; capaces de resistir las operaciones repetidas de limpieza normal, y no deberán ser absorbentes, a menos que la naturaleza de un determinado proceso, aceptable desde otros puntos de vista, exija emplear una superficie, por ejemplo, de madera.

2) **Proyecto, construcción e instalación sanitarios.** El equipo y los utensilios deberán estar diseñados y contruidos de modo que prevengan los riesgos contra la higiene y permitan una fácil y completa limpieza. El equipo fijo deberá instalarse de tal modo que pueda limpiarse fácil y completamente.

3) **Equipo y utensilios.** El equipo y los utensilios empleados para materias contaminantes o no comestibles deberán marcarse, indicando su utilización, y no deberán emplearse para manipular productos comestibles.

#### **C. Requisitos higiénicos de las operaciones**

Aunque pueden establecerse requisitos adicionales más específicos para determinados productos, deberán cumplirse los siguientes requisitos mínimos en todas las operaciones de producción, manipulación, almacenamiento y distribución de los alimentos.

1) **Mantenimiento sanitario de la instalación, equipo y edificaciones.** El edificio, el equipo y todos los demás accesorios de la instalación deberán mantenerse en un buen estado de funcionamiento y limpios, en forma ordenada y en unas buenas condiciones sanitarias. En los lugares de trabajo y mientras esté funcionando la instalación, deberán eliminarse frecuentemente los materiales de desecho y deberán proveerse recipientes adecuados para verter las basuras. Los detergentes y desinfectantes empleados deberán ser adecuados para los fines que se utilizan, y deberán utilizarse de tal forma que no constituyan ningún riesgo para la salud pública.

2) **Lucha contra los parásitos.** Deberán adoptarse medidas eficaces para evitar que entren y aniden en los edificios los insectos, roedores, pájaros y otros parásitos.

4) **Salud del personal.** La dirección de la fábrica deberá notificar al personal que todo empleado que padezca heridas infectadas, tenga llagas o cualquier enfermedad, especialmente diarrea, deberá presentarse inmediatamente a la dirección. Esta tomará las medidas necesarias para garantizar que no se permita trabajar a ninguna persona que se sepa que padece alguna enfermedad transmisible por los alimentos, o que se sepa que es un vector de dichos microorganismos patógenos, o mientras continúe infectada por heridas, llagas o cualquier enfermedad, en ningún departamento de una fábrica de alimentos en que haya la probabilidad de que dicha persona pueda contaminar los alimentos con organismos patógenos o las superficies que entren en contacto con dichos alimentos.

5) **Sustancias tóxicas.** Todos los roenticidas, fumigantes, insecticidas u otras sustancias tóxicas deberán almacenarse en cámaras o depósitos cerrados con llave, y sólo podrán ser manipulados por personal convenientemente capacitado para este trabajo. Deberá utilizarlos solamente el personal que posea un pleno conocimiento de los peligros implícitos, incluyendo la posibilidad de contaminación del producto, o bajo su supervisión directa.

#### **6) Higiene del personal y prácticas de manipulación de los alimentos**

a) Todas las personas que trabajen en una fábrica de productos alimenticios deberán mantener una esmerada limpieza personal mientras estén de servicio. Sus ropas, incluyendo el tocado adecuado de cabeza, habrán de ser apropiadas para las tareas que realicen y mantenerse limpias.

b) Deberán lavarse las manos tantas veces como sea necesario para cumplir con las prácticas higiénicas prescritas para las operaciones.

c) En las zonas donde se manipulen los alimentos estará prohibido escupir, comer y el uso de tabaco y mascar chicle.

d) Deberán tomarse todas las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los productos alimenticios o de los ingredientes con cualquier sustancia extraña.

e) Las rozaduras y cortaduras de pequeña importancia en las manos deberán curarse y cubrirse convenientemente con un vendaje impermeable adecuado. Deberá haber un botiquín de urgencia para atender los casos de esta índole, con el fin de evitar la contaminación de los alimentos.

f) Los guantes que se empleen para manipular los alimentos se mantendrán en perfectas condiciones de higiene y estarán limpios. Estarán fabricados de un material impermeable, excepto



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

en aquellos casos en que su empleo sea inapropiado o incompatible con los trabajos que hayan de realizarse.

### D. Requisitos de las operaciones y de la producción

#### 1) Manipulación de las materias primas.

a) **Criterios de aceptación.** La fábrica no deberá aceptar ninguna materia prima si se sabe que contiene sustancias descompuestas, tóxicas o extrañas que no puedan ser eliminadas en medida aceptable con los procedimientos normales de clasificación o preparación empleados por la fábrica.

b) **Almacenamiento.** Las materias primas almacenadas en los locales de la fábrica deberán mantenerse en condiciones que estén protegidas contra la contaminación e infestación, y que las posibilidades de alteración se reduzcan a un mínimo.

c) **Agua.** El agua empleada para transportar las materias primas al interior de la fábrica deberá ser de una procedencia tal, o estar tratada de tal modo que no constituya un riesgo para la salud pública, y deberá emplearse únicamente mediante la previa autorización del organismo oficial competente.

2) **Inspección y clasificación.** Las materias primas, antes de ser introducidas en el proceso de elaboración o en un punto conveniente del mismo, deberán someterse a inspección, clasificación o selección, según las necesidades, para eliminar las materias inadecuadas. Esas operaciones deberán realizarse en condiciones sanitarias y de limpieza. En las operaciones ulteriores de elaboración, solamente deberán emplearse materias primas limpias en buen estado.

3) **Lavado u otra preparación.** La materia prima deberá lavarse según sea necesario para separar la tierra o eliminar cualquier otra contaminación. El agua que se haya utilizado para estas operaciones no deberá recircularse, a menos que se haya tratado adecuadamente para mantenerla en unas condiciones

que no constituyan un peligro para la salud pública. El agua empleada para las operaciones de lavado, enjuagado o transporte de los productos alimenticios terminados, deberá ser de calidad potable.

4) **Preparación y elaboración.** Las operaciones preparatorias para obtener el producto terminado y las operaciones de envasado, deberán sincronizarse de tal forma que se logre una manipulación rápida de unidades consecutivas en la producción, en condiciones que eviten la contaminación, alteración, putrefacción o el desarrollo de microorganismos infecciosos o toxicogénicos.

#### 5) Envasado del producto terminado

a) **Materiales.** Los materiales que se empleen para envasar deberán almacenarse en condiciones higiénicas y no deberán transmitir al producto sustancias objetables más allá de los límites aceptables por el organismo oficial competente, y deberán proporcionar al producto una protección adecuada contra la contaminación.

b) **Técnicas.** El envasado deberá efectuarse en condiciones tales que impidan la contaminación del producto.

#### 6) Conservación del producto terminado

a) **Tratamiento térmico.** Los productos envasados en recipientes cerrados herméticamente deberán someterse a un tratamiento térmico, con objeto de que el producto sea inocuo y no se eche a perder con las temperaturas que cabe esperar normalmente en el almacenamiento y transporte no refrigerados. Las condiciones de tratamiento cuando se trate de fórmulas determinadas de alimentos enlatados deberán basarse en las recomendaciones de los especialistas competentes en la tecnología del enlatado. Este tratamiento deberá supervisarse en la fábrica de conservas por personal técnicamente competente y deberá estar sometido a verificación por parte del organismo

oficial competente. Deberá llevarse un registro de los tratamientos, que sea adecuado para identificar los antecedentes de los tratamientos, y este registro deberá facilitarse a la inspección competente.

b) **Enfriamiento de los recipientes tratados.** Cuando los recipientes tratados se enfrien en agua, el agua deberá ser de calidad potable o deberá haberse tratado adecuadamente para que no constituya un peligro para la salud pública. Si el agua de enfriamiento se hace recircular deberá desinfectarse

eficazmente, mediante cloro o en cualquier otra forma, antes de volver a utilizarla.

c) **Desembalaje y manipulación de los recipientes tratados.** Los recipientes después de ser tratados y enfriados deberán manipularse de tal forma que evite la contaminación del producto. Deberá evitarse la manipulación violenta de las latas tratadas, especialmente cuando todavía están

mojadas. Las correas transportadoras, rampas y otro equipo que se utilice para la manipulación de las latas tratadas deberán mantenerse en una buenas condiciones higiénicas.

d) **Inspección de los recipientes tratados.** Los recipientes, antes de etiquetarse y embalsarse deberán ser inspeccionados, desechando los que sean defectuosos.

7) **Almacenamiento y transporte del producto terminado.** El producto terminado deberá almacenarse y transportarse en condiciones tales que excluyan la contaminación, o el desarrollo de microorganismos patógenos o toxicogénicos, y protejan contra la infestación y contra la alteración del producto o del recipiente.

#### **E. Programa de control sanitario**

Es conveniente que cada industria, por su propio interés, designe una persona, cuyas obligaciones preferiblemente estén separadas de las operaciones de producción, que asuma la responsabilidad de la limpieza de la fábrica. El personal a sus órdenes estará constituido por empleados permanentes de la organización y estará bien adiestrado en el manejo de las herramientas especiales de limpieza, en el montaje y desmontaje del equipo de limpieza y deberá ser además consciente de la importancia de la contaminación y de los riesgos que ésta lleva consigo. Las zonas críticas, el equipo y los materiales, serán objeto de atención especial como parte de un programa permanente de saneamiento.

#### **F. Procedimientos de control de laboratorio**

Además de los controles efectuados por el órgano oficial competente, es conveniente que cada fábrica, en su propio interés, tenga acceso a un control de laboratorio de la calidad sanitaria de los productos elaborados. La magnitud y el tipo de dicho control variarán según el producto alimenticio de que se trate, y según las necesidades de la explotación. Este control deberá rechazar todos los alimentos que no sean aptos para el consumo humano. Los procedimientos analíticos empleados deberán ajustarse a métodos reconocidos o métodos normalizados, con el fin de que los resultados puedan interpretarse fácilmente. Respecto a ciertos productos, quizá sea también conveniente verificar el tratamiento mediante la encubación de muestras.

#### **SECCION V - ESPECIFICACIONES APLICABLES AL PRODUCTO TERMINADO**

Deberán emplearse métodos apropiados para el muestreo, el análisis y las determinaciones que figuran en las siguientes especificaciones:

A. En la medida compatible con las buenas prácticas de fabricación, los productos deberán estar exentos de sustancias objetables.

B. Los productos no deberán contener ningún microorganismo patógeno, ni ninguna sustancia tóxica producida por microorganismos.

C. Los productos deberán satisfacer los requisitos estipulados por los Comités del Codex Alimentarius sobre Residuos de Plaguicidas y sobre Aditivos Alimentarios, que figuran en las listas autorizadas o en las normas de productos del Codex.

D. Los productos con un equilibrio de pH mayor de 4,5 deberán haberse sometido a un tratamiento que destruya todas las esporas de *Clostridium botulinum*, a menos que se evite el desarrollo de esporas supervivientes de modo permanente mediante otras características del producto distintas del pH.

#### **ANEXO 7.**

#### **INFORMACIÓN DE LOS PAISES PARA LA ELABORACIÓN DE LA MATRIZ Y SELECCIÓN DEL PAIS META**

#### **ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA**

##### **DEMOGRAFIA**

Población: 276.219.000 (1999)

Crecimiento anual: 1,0 % (1975/98)

Estimación para el año 2015 (en millones): 307,7 (1998)

Crecimiento anual hacia el 2015: 0,7 %

##### **ECONOMIA**

GNP per cápita: \$ 29.240 (1998)

Crecimiento anual: 2,5 % (1998)

Inflación anual: 1,9 % (1990/98)

Índice de precios al consumidor: 107,0 (1998)

Tipo de cambio: 1,0 dólares = \$ 1 (1998)



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Población urbana: 76,8 % (1998)  
Crecimiento urbano: 1,2 % (1980/95)  
Hijos por mujer: 2,0 (1998)

### **SALUD**

Esperanza de vida al nacer: 77 años (1998)  
Hombres: 73 años (1998)  
Mujeres: 80 años (1998)  
Mortalidad materna: 8 cada 100.000 nacidos vivos (1990/98)  
Mortalidad infantil: 7 por 1.000 (1998)  
Mortalidad menores de 5 años: 8 por 1.000 (1998)  
Consumo de calorías diarias: 3.699 per cápita (1997)  
245 médicos cada 100.000 personas (1992/95)

### **EDUCACION**

Alfabetismo: 99 % (1995)  
Tasa de inscripción escolar:  
Primaria total: 102 % (1990/96)  
Hombres: 102 % (1990/97)  
Mujeres: 101 % (1990/97)  
Secundaria:  
Hombres: 98 % (1990/96)  
Mujeres: 97 % (1990/96)  
Universidad: 81 % (1996)  
Docentes de primaria: uno cada 16 estudiantes (1995)

### **USO DE LA TIERRA**

Deforestación: -0,3 % anual (1990/95)  
Irrigada: 11,1 % de la arable (1993)  
Forestadas y bosques: 29,2 % del total (1993)  
Arable: 18,9 % del total (1993)  
Otros: 51,9 % del total (1993)

### **COMUNICACIONES**

215 diarios (1996) , 2.146 radios (1997) , 847 televisores (1996/98) y 661 líneas telefónicas (1996/98) cada 1.000 habs.  
Libros: 20 títulos nuevos cada 100.000 habs. (1992/94)

### **La Sociedad de EUA**

**Pueblo:** el pueblo de los Estados Unidos se ha formado con aportes migratorios de todas partes del mundo, entre los cuales los alemanes, irlandeses e italianos han sido los más numerosos. 11% de la población tiene ancestros africanos, 10% latinoamericanos. Hay aproximadamente 1,9 millones de indígenas.

**Religión:** protestantes 58%, católicos 26%, judíos 2%; musulmanes 2%, otros 2%, no profesan 10%.

**Idiomas:** inglés, español, lenguas indígenas y las de cada grupo de inmigrantes.

**Partidos políticos:** Partido Republicano; Partido Demócrata; Partido Verde; Partido Reformista; Partido Libertario (derecha); otros a nivel local/estatal.

**Organizaciones sociales:** la Federación Americana del Trabajo -Congreso de Organizaciones

(1998)

Dependencia de importación de alimentos: 5 % (1997/98)

Uso de fertilizantes: 1.142 kg por há. (1997)

Exportaciones: \$ 948.600 millones (1997)

Importaciones: \$ 1.058.800 millones (1997)

### **ENERGIA**

Consumo: 8.076,0 Kgs de equivalente petróleo anualmente (1997); 22,0 % importado (1997)

HDI (ranking/valor): 3 /0,929 (1998)

### **GASTO PUBLICO**

Gasto militar como % de salud y educación: 46 % (1990/91)

Gastos en defensa como % del gasto del gobierno central: 16,3 % (1997)

Gasto social como % del gasto del gobierno central: 53,5 % (1997)

### **TRABAJADORES**

Desempleo: 4,9 % (1997)

Mujeres (como % de la PEA): 46 % (1998)

Hombres (como % de la PEA): 54 % (1998)

Agricultura: 2,8 % (1990)

Industria: 26,0 % (1990)

Servicios: 71,2 % (1990)



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Sindicales (AFL-CIO) es la mayor organización obrera del país, con 13.500.000 afiliados. Parte de los obreros rurales, sobre todo los de origen mexicano, están organizados en el sindicato de los Trabajadores Unidos de la Granja (UFW), fundado por César Chávez. Teamsters Union (segundo sindicato en importancia); NAACP, organización de vigilancia de derechos para la población afroamericana; Sierra Club (ecologista); Unión Americana de Derechos Cívicos (ACLU).

### El Estado

**Nombre oficial:** United States of America.

**División administrativa:** Estado federal. 50 estados y un distrito federal: Columbia.

**Capital:** Washington D.C., 606.900 (1995).

**Otras ciudades:** Nueva York, 7.380.900 hab.; Los Angeles, 3.553.000 hab.; Chicago, 2.721.000 hab.; Houston, 1.744.000 hab.; Filadelfia, 1.478.000 hab. (1996).

**Gobierno:** George W. Bush, presidente desde enero de 2001. Régimen presidencialista y federal. Parlamento bicameral; cada estado envía al Congreso dos senadores y un número de diputados proporcional a su población.

**Fiesta nacional:** 4 de julio, Independencia (1776).

**Fuerzas armadas:** 1.547.300 (1995).

**Otras:** 68.000 (Control Aéreo Civil).

### **Requerimientos Normativos para el producto**

- Regulaciones en materia de etiquetado y sanidad.
- Buenas prácticas de manufactura.
- Cuidado en cumplir con los niveles de tolerancia de sustancia extrañas y/o sustancias añadidas.
- Prohibida la importación de alimentos adulterados o mal etiquetados, defectuosos o producidos en términos insalubres.
- Vigilancia en un proceso de BPM: Personal encargado en la fabricación, Condiciones de la fábrica, Procedimientos sanitarios, Instalaciones sanitarias, Proceso de producción, Grado de acidez de los alimentos. En Regulaciones de Etiquetado: Nombre común del producto, Nombre y dirección del productor, empacador o distribuidor, Cantidad neta del producto, Lista de ingredientes, País de origen, Descripción de nutrientes, Código de Barras.

### **Obstáculo a las Importaciones**

- Arancel especial para México
- Reglas de origen.
- Certificado de origen que ampara varias importaciones del bien idéntico siempre y cuando se realicen en un plazo específico que no excede de 12 meses.
- Arancel específico 3%.

### JAPÓN

#### **La Sociedad**

**Pueblo:** el 98,38 % de la población son japoneses; coreanos, 0,6%; okinawas, 0,89%; chinos 0,11%; Minoría indígena -los japoneses del Caucaso- Ainu, 0,02%.

**Religión:** 93% profesa el shintoísmo; 69% el budismo; 1,2% cristianismo y otras 8,1%.

**Idiomas:** japonés (oficial), lenguas de las minorías inmigrantes y ainu (sin pertenencia a familia lingüística conocida).

**Partidos políticos:** la coalición gobernante está integrada por el Partido Liberal Democrático (PLD), el Partido del Gobierno Limpio (budista) y el Partido Conservador. Otras fuerzas con representación parlamentaria: Partido Democrático, Nuevo Partido Comunista, Partido Social Demócrata de Japón, Nuevo Partido Socialista, Nuevo Partido Sakigake y Partido de Mujeres.

**Organizaciones sociales:** el Consejo General de los Sindicatos Japoneses tiene 4.500.000 afiliados.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

Importancia de la movilización ciudadana en temas anti bombas nucleares, contra bases norteamericanas, cooperativismo, ambientalismo y feminismo.

### **El Estado**

**Nombre oficial:** Nihon.

**Capital:** Tokio (Tokyo), 29.800.000 hab. (1995).

**Otras ciudades:** Yokohama, 3.307.408 hab.; Osaka, 2.602.352 hab.; Nagoya, 2.152.258 hab.; Kyoto, 1.463.601 hab. (1995).

**Gobierno:** el emperador Akihito es el jefe de Estado desde 1989. Yoshiro Mori, primer ministro y jefe de Gobierno, desde abril de 2000. Monarquía constitucional parlamentaria. El Kokkai (parlamento) es bicameral: Cámara de Representantes, con 512 miembros; Cámara de los Consejeros, con 252 miembros, electos por voto directo, cada cuatro y seis años, respectivamente.

**Fiesta nacional:** 23 de diciembre, cumpleaños del emperador (1933).

**Fuerzas armadas:** 239.500, incluyendo 8.000 mujeres.

**Otras:** 12.000 (guardacostas dependientes del Ministerio de Transportes).

### **Japón Nihon**

#### **DEMOGRAFIA**

Población: 126.505.000 (1999)

Crecimiento anual: 0,5 % (1975/98)

Estimación para el año 2015 (en millones): 126,1 (1998)

Crecimiento anual hacia el 2015: 0,0 % (1998/2015)

Población urbana: 78,5 % (1998)

Crecimiento urbano: 0,6 % (1980/95)

Hijos por mujer: 1,4 (1998)

#### **SALUD**

Esperanza de vida al nacer: 80 años (1998)

Hombres: 77 años (1998)

Mujeres: 83 años (1998)

Mortalidad materna: 8 cada 100.000 nacidos vivos (1990/98)

Mortalidad infantil: 4 por 1.000 (1998)

Mortalidad menores de 5 años: 4 por 1.000 (1998)

Consumo de calorías diarias: 2.932 per cápita (1997)

177 médicos cada 100.000 personas (1992/95)

Agua potable: 97 % (1990/98)

#### **EDUCACION**

Tasa de inscripción escolar:

Primaria total: 102 % (1990/96)

Hombres: 101 % (1990/97)

Mujeres: 102 % (1990/97)

Secundaria:

Hombres: 98 % (1990/96)

Mujeres: 100 % (1990/96)

Universidad: 43 % (1996)

#### **ECONOMIA**

GNP per cápita: \$ 32.350 (1998)

Crecimiento anual: -2,7 % (1998)

Inflación anual: 0,2 % (1990/98)

Índice de precios al consumidor: 102,5 (1998)

Tipo de cambio: 130,9 yens = \$ 1 (1998)

Cereales importados: 26.996.997 toneladas (1998)

Dependencia de importación de alimentos: 16 % (1997/98)

Uso de fertilizantes: 3.857 kg por há. (1997)

Exportaciones: \$ 465.591 millones (1997)

Importaciones: \$ 415.867 millones (1997)

#### **ENERGIA**

Consumo: 4.084,0 Kgs de equivalente petróleo anualmente (1997); 79,0 % importado (1997)

HDI (ranking/valor): 9 / 0,924 (1998)

#### **GASTO PUBLICO**

Gasto militar como % de salud y educación: 12 % (1990/91)

Gastos en defensa como % del gasto del gobierno central: 6,6 % (1997)

#### **TRABAJADORES**

Desempleo: 3,4 % (1997)

Mujeres (como % de la PEA): 41 % (1998)

Hombres (como % de la PEA): 59 % (1998)

Agricultura: 7,3 % (1990)

Industria: 34,2 % (1990)

Servicios: 58,5 % (1990)

estudiantes (1994)

#### **USO DE LA TIERRA**

Deforestación: 0,1 % anual (1990/95)

Irrigada: 69,1 % de la arable (1993)

Forestadas y bosques: 66,4 % del total (1993)

Arable: 10,7 % del total (1993)

Otros: 22,9 % del total (1993)

#### **COMUNICACIONES**

578 diarios (1996) , 955 radios (1997) , 707 televisores (1996/98) y 503 líneas telefónicas (1996/98) cada 1.000 habs.

Libros: 28 títulos nuevos cada 100.000 habs. (1992/94)

#### **Requerimientos Normativos para el Producto**

- Buenas Prácticas de Manufactura.
- Aditivos Permitidos y regulados por la Ley de Sanidad para Alimentos.
- Representación de un Certificado Sanitario expedido por la autoridad sanitaria del país de origen.
- Pre-certificado de análisis.
- El importador deberá presentar al Food Sanitation Inspection Section de la MSB (Ministerio de Salud y Bienestar), la notificación Form of Fodd Importation junto con el Certificado Sanitario expedido por la autoridad del país de origen.
- Regulaciones Sanitarias por la Food Sanitation Law.
- Alimentos que tengan ingredientes de origen animal.
- Especificaciones técnicas (acidéz, sólidos, grasa, etc.).
- Prohibición de uso de radiación en alimentos.
- Alimentos que contengan leche deberá ser de vaca y seguir un proceso de pasteurización específico.
- El análisis de coliformes deberá resultar negativo.
- El agua debe ser potable y cumplir con especialidades físicas establecidas.
- Las frutas procesadas no contener pesticidas cantidades mayores a los productos químicos como ajo, jitomate y cebolla entre otros.
- Japón pone especial énfasis en los materiales que componen el envase.
- Regulaciones de etiquetado: diferentes leyes.

#### **Obstáculos a las Importaciones**

- Arancel (Ad Valorem) es menor al general, aplicable a México.
- Arancel que constituye el Sistema de Preferencia Generalizada del Japón.
- Los aranceles preferenciales pueden otorgarse solamente a los productos que se importan de una región o país al que se ha otorgado trato arancelario preferencial.
- Certificado de Origen.
- Algunas importaciones a Japón se rigen por aproximadamente 30 disposiciones legales.
- Impuesto general de 35%. Dulce conteniendo azúcar agregada para nación más favorecida.

## INGLATERRA

### La Sociedad

**Pueblo:** ingleses, escoceses, galeses e irlandeses. Minorías de origen indio (1,5 %), pakistaní (0,9 %) y antillano (0,8 %), entre otras.

**Religión:** protestante 53,4% (anglicanos 43,5%, presbiterianos 4,5%, metodistas 2,2%); católica romana 9,8%; ortodoxa 1%, otros cristianos 1,7%; islámica 2,6%; hindú 0,6%; sikh 0,5%; judía 0,5%; otros/sin religión 29,9%.

**Idiomas:** inglés (oficial), galés y gaélico

**Partidos políticos:** Partido Laborista, socialdemócrata, bajo la dirección de Tony Blair, en el gobierno. Partido Conservador en la oposición. Partido Liberal Demócrata, de centro. Frente Nacional, extrema derecha. Partido de Izquierda Democrática. Partido Verde. El partido republicano Sinn Fein obtuvo dos bancas por Irlanda del Norte en los últimos comicios.

**Organizaciones sociales:** el Congreso Sindical (TUC) tiene doce millones de afiliados.

### El Estado

**Nombre oficial:** United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland.

**División administrativa:** 39 condados (counties) y 7 distritos metropolitanos.

**Capital:** Londres (London), 7.230.000 hab. (1995).

**Otras ciudades:** Birmingham, 1.017.500 hab.; Leeds, 725.000 hab.; Glasgow, 674.800 hab.; Sheffield, 528.500 hab.; Bradford, 482.700 hab.; Liverpool, 470.800 hab.; Edimburgo, 447.600 hab.; Manchester, 432.600 hab.; Bristol, 400.700 hab. (1995).

**Gobierno:** Isabel II, reina; Tony Blair, primer ministro desde mayo de 1997, reelecto en junio de 2001. Monarquía constitucional parlamentaria. Legislativo: Cámara de los Comunes, con 659 diputados elegidos cada cinco años, y Cámara de los Lores, cuya integración es variable (661), con funciones formales (según legislación de febrero de 1999, los cargos hereditarios fueron derogados).

**Fiesta nacional:** segundo sábado de junio, celebración del cumpleaños de la reina.

**Fuerzas armadas:** 213.800 (1996).

## Inglaterra

### DEMOGRAFIA

Población: 58.744.000 (1999)  
 Crecimiento anual: 0,2 % (1975/98)  
 Estimación para el año 2015 (en millones): 59,6 (1998)  
 Crecimiento anual hacia el 2015: 0,1 % (1998/2015)  
 Población urbana: 89,4 % (1998)  
 Crecimiento urbano: 0,3 % (1980/95)  
 Hijos por mujer: 1,7 (1998)

### SALUD

Esperanza de vida al nacer: 77 años (1998)  
 Hombres: 75 años (1998)  
 Mujeres: 80 años (1998)  
 Mortalidad materna: 7 cada 100.000 nacidos vivos (1990/98)  
 Mortalidad infantil: 6 por 1.000 (1998)  
 Mortalidad menores de 5 años: 6 por 1.000 (1998)  
 Consumo de calorías diarias: 3.276 per cápita (1997)  
 164 médicos cada 100.000 personas (1997/98)

### ECONOMIA

GNP per cápita: \$ 21.410 (1998)  
 Crecimiento anual: 2,1 % (1998)  
 Inflación anual: 3,0 % (1990/98)  
 Índice de precios al consumidor: 109,3 (1998)  
 Tipo de cambio: 0,6 libras esterlinas = \$ 1 (1998)  
 Cereales importados: 3.230.008 toneladas (1998)  
 Dependencia de importación de alimentos: 9 % (1997/98)  
 Uso de fertilizantes: 3.299 kg por há. (1997)  
 Exportaciones: \$ 367.971 millones (1997)  
 Importaciones: \$ 374.045 millones (1997)

### ENERGIA

Consumo: 3.863,0 Kgs de equivalente petróleo anualmente (1997); -18,0 % importado (1997)  
 HDI (ranking/valor): 10 /0,918 (1998)

### GASTO PUBLICO

Gasto militar como % de salud y educación:



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

(1992/95)

### **EDUCACION**

Tasa de inscripción escolar:  
Primaria total: 116 % (1990/96)  
Hombres: 115 % (1990/97)  
Mujeres: 116 % (1990/97)  
Secundaria:  
Hombres: 123 % (1990/96)  
Mujeres: 144 % (1990/96)  
Universidad: 52 % (1996)

### **USO DE LA TIERRA**

Deforestación: -0,5 % anual (1990/95)  
Irrigada: 1,8 % de la arable (1993)  
Forestadas y bosques: 10,0 % del total (1993)  
Arable: 24,8 % del total (1993)  
Otros: 65,2 % del total (1993)

### **COMUNICACIONES**

329 diarios (1996) , 1.436 radios (1997) , 645 televisores (1996/98) y 556 líneas telefónicas (1996/98) cada 1.000 habs.  
Libros: 164 títulos nuevos cada 100.000 habs. (1992/94)

Gastos en defensa como % del gasto del gobierno central: 7,1 % (1997)  
Gasto social como % del gasto del gobierno central: 51,7 % (1997)

### **TRABAJADORES**

Desempleo: 7,1 % (1997)  
Mujeres (como % de la PEA): 44 % (1998)  
Hombres (como % de la PEA): 56 % (1998)  
Agricultura: 2,2 % (1990)  
Industria: 29,1 % (1990)  
Servicios: 68,7 % (1990)

### **Requerimientos normativos para el producto**

- Prácticas correctas de fabricación: Locales, Transporte de alimentos, Instalaciones y equipos, desperdicios de alimentos, suministro de agua, higiene del personal, disposiciones aplicables a los productos alimenticios.
- Uso de aditivos permitidos y límites establecidos.
- Información que se exige para el etiquetado.
- Regulaciones Sanitarias.
- Normas de Calidad.
- Calidad agroalimentaria en alimentos procesados mediante el método HACCP (Inocuidad).

### **Obstáculos a las Importaciones**

- Arancel especial para México según categoría.
- Dulce con azúcar excedido 13% kg. Por peso en el contenido EUR/100kg. 25% más 4.40

### **Tamaño y Tendencias del Mercado**

Existen oportunidades de Mercado para comidas preparadas.  
El Sector de comida mexicana en Inglaterra, es el mayor crecimiento dentro del mercado con un crecimiento de 20 y 25% anual.

### **Apoyo Institucional de Inglaterra en el Mercado**



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

- Eventos dentro del programa nacional de eventos internacionales. De alimentos procesados en México y Londres.
- Eventos fuera del programa nacional de eventos internacionales de alimentos procesados en Londres.
- Promover viajes individuales de empresarios a México y viceversa en coordinación en el grupo de trabajo sectorial.
- Promover visita de empresarios británicos a las Ferias Europeas en los que exhiben empresas mexicanas.

### **FRANCIA**

#### **La Sociedad**

**Pueblo:** la mayoría de la población resulta de la mezcla de tres grupos europeos básicos: el nórdico, el alpino y el mediterráneo. Alrededor de 7% de la población es de origen extranjero y proviene principalmente de África del Norte (Argelia, Marruecos y Túnez), de las ex colonias francesas del África subsahariana y de Europa (España, Italia y Portugal).

**Religión:** 76% de la población es católica. La segunda religión del país es el islam practicado por 5% de la población, sobre todo inmigrantes del mundo árabe. Le sigue el protestantismo (calvinismo) con 2% y el judaísmo con 1%.

**Idiomas:** francés (oficial y predominante); portugués, árabe, español y otros idiomas usados por los inmigrantes. Se habla también bretón en Bretaña; un dialecto alemán en Alsacia y Lorena; el flamenco en el nordeste; el catalán y el vasco en el sudoeste; el occitán en el centro-sur y el corso en la isla de Córcega.

**Partidos políticos:** Partido Socialista (PSF); Unión por la República (RPR) del presidente Jacques Chirac; Unión por la Democracia Francesa (UDF); Frente Nacional, de extrema derecha; Partido Comunista; Partido Verde; Liga Comunista Revolucionaria.

**Organizaciones sociales:** la Confederación General del Trabajo (CGT), comunista, es la principal organización de trabajadores. Le siguen la Confederación Francesa Democrática del Trabajo (CFDT), socialista; Fuerza Obrera y la Confederación Francesa de Trabajadores Cristianos (CFTC). Francia posee el índice más bajo de sindicalización de la Unión Europea (8 % en 1990). Confederación Campesina, uno de cuyos fundadores es José Bové. ATTAC-Francia, donde se fundó el grupo y donde tiene el más fuerte arraigo. Marchas Europeas es el movimiento europeo de los desocupados pero tiene una especial fuerza en Francia. SOS Racismo, un colectivo que empezó para luchar contra el racismo que se manifestaba sobre todo hacia los grupos inmigrantes y sus descendientes. Unión Nacional de Estudiantes de Francia (UNEF). Han crecido los movimientos político-sociales de diferentes minorías históricas: en Córcega, el Frente de Liberación Nacional de Córcega (FLNC) y sus múltiples escisiones que practican la lucha armada para la independencia de la isla; Córcega Nación, partido político separatista. En el País Vasco hay Abertzaleen Batasuna (Unidad Patriótica), partido separatista, e Iparetarrak, pequeño grupo armado. Movimientos autonomistas importantes en algunas dependencias francesas de ultra-mar, especialmente Nueva Caledonia.

#### **El Estado**

**Nombre oficial:** République Française.

**División administrativa:** 22 regiones con 96 departamentos en Francia; 5 departamentos de ultramar.

**Capital:** París, 9.500.000 hab. (1996).

**Otras ciudades:** Marsella (Marseille), 1.230.000 hab.; Lyon, 1.260.000 hab.; Toulouse, 608.000 hab.; Nice, 475.000 hab. (1990).

**Gobierno:** Jacques Chirac, presidente desde mayo de 1995. Lionel Jospin primer ministro desde junio de 1997. Poder Legislativo bicameral: Cámara de diputados de 577 integrantes; Senado de 317 integrantes.

**Fiesta nacional:** 14 de julio, toma de la Bastilla (1789).

**Fuerzas armadas:** 409.000 (1995).

**Otras:** 96.300 (Gendarmería).



**Francia France**

**DEMOGRAFIA**

Población: 58.886.000 (1999)  
Crecimiento anual: 0,5 % (1975/98)  
Estimación para el año 2015 (en millones):  
61,1 (1998)  
Crecimiento anual hacia el 2015: 0,2 %  
(1998/2015)  
Población urbana: 75,2 % (1998)  
Crecimiento urbano: 0,5 % (1980/95)  
Hijos por mujer: 1,7 (1998)

**SALUD**

Esperanza de vida al nacer: 78 años (1998)  
Hombres: 74 años (1998)  
Mujeres: 82 años (1998)  
Mortalidad materna: 10 cada 100.000 nacidos  
vivos (1990/98)  
Mortalidad infantil: 5 por 1.000 (1998)  
Mortalidad menores de 5 años: 5 por 1.000  
(1998)  
Consumo de calorías diarias: 3.518 per cápita  
(1997)  
280 médicos cada 100.000 personas  
(1992/95)

**EDUCACION**

Tasa de inscripción escolar:  
Primaria total: 106 % (1990/96)  
Hombres: 107 % (1990/97)  
Mujeres: 105 % (1990/97)  
Secundaria:  
Hombres: 112 % (1990/96)  
Mujeres: 111 % (1990/96)  
Universidad: 51 % (1996)

**USO DE LA TIERRA**

Deforestación: -1,1 % anual (1990/95)  
Irrigada: 8,1 % de la arable (1993)  
Forestadas y bosques: 27,1 % del total (1993)  
Arable: 33,1 % del total (1993)  
Otros: 39,8 % del total (1993)

**COMUNICACIONES**

218 diarios (1996) , 937 radios (1997) , 601  
televisores (1996/98) y 570 líneas telefónicas  
(1996/98) cada 1.000 hab.  
Libros: 78 títulos nuevos cada 100.000 hab.  
(1992/94)

**ECONOMIA**

GNP per cápita: \$ 24.210 (1998)  
Crecimiento anual: 3,2 % (1998)  
Inflación anual: 1,7 % (1990/98)  
Indice de precios al consumidor: 103,9 (1998)  
Tipo de cambio: 5,9 francos franceses = \$ 1  
(1998)  
Cereales importados: 1.444.828 toneladas  
(1998)  
Dependencia de importación de alimentos: 10  
% (1997/98)  
Uso de fertilizantes: 2.771 kg por há. (1997)  
Exportaciones: \$ 371.529 millones (1997)  
Importaciones: \$ 316.618 millones (1997)

**ENERGIA**

Consumo: 4.224,0 Kgs de equivalente petróleo  
anualmente (1997); 48,0 % importado (1997)  
HDI (ranking/valor): 12 / 0,917 (1998)

**GASTO PUBLICO**

Gasto militar como % de salud y educación:  
29 % (1990/91)  
Gastos en defensa como % del gasto del  
gobierno central: 6,4 % (1997)

**TRABAJADORES**

Desempleo: 12,3 % (1997)  
Mujeres (como % de la PEA): 45 % (1998)  
Hombres (como % de la PEA): 55 % (1998)  
Agricultura: 5,5 % (1990)  
Industria: 28,8 % (1990)  
Servicios: 65,7 % (1990)



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

### Tamaño y Tendencias del Mercado

La imagen de la comida mexicana en restaurantes por toda Francia, del 100%, del mercado de alimentos étnicos, la comida Tex-Mex representa el 36%.

Oportunidades de mercado para las botanas industrializadas en Francia.

### Apoyo Institucional de Francia en el Mercado

- Identificación del nicho de mercado.
- Prospección de importaciones potenciales.
- Validación de contrapartes comerciales.
- Agenda de negocios para empresa individual.
- Apoyo en la participación de la empresa exportadora en ferias internacionales especializadas.
- Apoyo en la participación de la empresa exportadora en programas de encuentros empresariales.

## ALEMANIA

### La Sociedad

**Pueblo:** germánicos 91,2%, turcos 2,5%, ex yugoslavos 1%, italianos 0,7%, griegos 0,4%, bosnios 0,4% y otros 3,3% (1995).

**Religión:** cristiana; con mayoría protestante (30 millones) en el norte y el este; los católicos, mayoritarios en la parte occidental antes de la reunificación, son unos 27 millones. Minorías judías y musulmanas.

**Idioma:** alemán (oficial) y dialectos; sorbo; turco y otras lenguas locales o de colectivos de inmigrantes.

**Partidos políticos:** Partido Social Demócrata (SPD); Unión Demócrata Cristiana (CDU) y Unión Social Cristiana (CSU); Partido Liberal (FDP); Partido Verde («Die Grünen»)-Alianza-90; Partido del Socialismo Democrático, ex PSUA; los Republicanos (REP); Partido Democrático Libre.

**Organizaciones sociales:** la poderosa Federación de Trabajadores (DGB), con siete millones y medio de afiliados en Alemania Occidental, está vinculada al partido socialdemócrata. La Confederación Sindical Libre, que tenía nueve millones de afiliados en Alemania Oriental, se autodisolvió en mayo de 1990; GermanWatch ONG que trabaja sobre temas de ecología, desarrollo y agricultura; Fundación Heinrich Boell, aliado con el Partido Verde.

### El Estado

**Nombre oficial:** Bundesrepublik Deutschland.

**División administrativa:** la República Federal Alemana es un Estado parlamentario federal compuesto de 16 Länder (estados federados), desde el 3 de octubre de 1990. Once Länder formaban la antigua Alemania Occidental (Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Baden-Württemberg, Bayern y Berlín), mientras que la hasta entonces República Democrática Alemana fue dividida en cinco Länder (Mecklenburg, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen y Thüringen).

**Capital:** Berlín, 3.800.000 hab. (1995).

**Otras ciudades:** Hamburgo, 1.707.901 hab.; München (Munich), 1.244.676 hab.; Köln (Colonia), 963.817 hab.; Frankfurt am Main, 652.412 hab.; Leipzig, 481.112 hab.; Dresden, 500.000 hab.; Bonn, 290.000 hab. (1995).

**Gobierno:** Johannes Rau, presidente, desde el 1 de julio de 1999; Gerhard Schröder, primer ministro (canciller), desde setiembre de 1998. Desde 1999 el Gobierno federal y de la Cámara de Diputados funcionan en Berlín (capital de la Alemania unificada desde octubre de 1990), mientras que la Cámara de los Lander continúa en Bonn.

**Fiesta Nacional:** 3 de octubre, día de la Unidad alemana (1990).

**Fuerzas armadas:** 358.400 (1994).

**Otras:** 28.000 (Guardia Frontera Federal).



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

### DEMOGRAFIA

Población: 82.177.000 (1999)  
Crecimiento anual: 0,2 %  
(1975/98)  
Estimación para el año 2015  
(en millones): 81,6 (1998)  
Crecimiento anual hacia el  
2015: 0,0 % (1998/2015)  
Población urbana: 87,1 %  
(1998)  
Crecimiento urbano: 0,6 %  
(1980/95)  
Hijos por mujer: 1,3 (1998)

### SALUD

Esperanza de vida al nacer: 77  
años (1998)  
Hombres: 74 años (1998)  
Mujeres: 80 años (1998)  
Mortalidad materna: 8 cada  
100.000 nacidos vivos  
(1990/98)  
Mortalidad infantil: 5 por  
1.000 (1998)  
Mortalidad menores de 5  
años: 5 por 1.000 (1998)  
Consumo de calorías diarias:  
3.382 per cápita (1997)  
319 médicos cada 100.000  
personas (1992/95)

### EDUCACION

Tasa de inscripción escolar:  
Primaria total: 103 %  
(1990/96)  
Hombres: 104 % (1990/97)  
Mujeres: 103 % (1990/97)  
Secundaria:  
Hombres: 103 % (1990/96)  
Mujeres: 101 % (1990/96)  
Universidad: 47 % (1996)  
Docentes de primaria: uno  
cada 17 estudiantes (1995)

### USO DE LA TIERRA

Deforestación: 0,0 % anual  
(1990/95)  
Irrigada: 3,9 % de la arable  
(1993)  
Forestadas y bosques: 30,0 %  
del total (1993)  
Arable: 32,7 % del total (1993)  
Otros: 37,3 % del total (1993)

### COMUNICACIONES

### ECONOMIA

GNP per cápita: \$ 26.570  
(1998)  
Crecimiento anual: 2,8 %  
(1998)  
Inflación anual: 2,2 %  
(1990/98)  
Indice de precios al  
consumidor: 104,3 (1998)  
Tipo de cambio: 1,8 marcos  
alemanes = \$ 1 (1998)  
Cereales importados:  
2.672.677 toneladas (1998)  
Dependencia de importación  
de alimentos: 9 % (1997/98)  
Uso de fertilizantes: 2.415 kg  
por há. (1997)  
Exportaciones: \$ 560.414  
millones (1997)  
Importaciones: \$ 528.778  
millones (1997)

### ENERGIA

Consumo: 4.231,0 Kgs de  
equivalente petróleo  
anualmente (1997); 60,0 %  
importado (1997)  
HDI (ranking/valor): 14  
/0,911 (1998)

### GASTO PUBLICO

Gasto militar como % de salud  
y educación: 29 % (1990/91)  
Gastos en defensa como % del  
gasto del gobierno central: 4,7  
% (1997)

### TRABAJADORES

Desempleo: 9,8 % (1997)  
Mujeres (como % de la PEA):  
42 % (1998)  
Hombres (como % de la PEA):  
58 % (1998)  
Agricultura: 4,0 % (1990)  
Industria: 38,1 % (1990)  
Servicios: 57,9 % (1990)



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

radios (1997) , 580 televisores (1996/98) y 567 líneas telefónicas (1996/98) cada 1.000 habs.

Libros: 87 títulos nuevos cada 100.000 habs. (1992/94)

### **Tamaño y Tendencias del Mercado**

En el año 2000 participaron 11 empresas mexicanas en ferias de confitería.

Atención Reactiva: Confitería.

Eventos dentro del Programa Nacional de Eventos Internacionales: "Confitería".

### **Apoyo Institucional de Alemania en el Mercado**

- Coordinación de 11 empresas mexicanas en ferias de confitería.
- Proyectos entre empresas mexicanas y alemanas.
- Se desarrollan 2 proyectos Ariel de exportación de alimentos.
- Se ha difundido información del mercado a través de centros Bancomext.
- Se ha apoyado la participación de importadores en los distintos encuentros empresariales sostenidos en el marco de diferentes foros organizados por la Unión Europea-México.
- Se ha apoyado la participación de exposiciones en la Feria ANUGA en Colonia, Alemania cada 2 años.
- Se han publicado artículos en revistas alemanas.

### **ANEXO 8**

#### **PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DEL CÓDIGO DE BARRAS:**

El interesado que tenga que proceder a la obtención de su Código de Barras a fin de comercializar sus productos en el mercado estadounidense, puede enviar su solicitud de registro a la Uniform Code Council Inc., o bien, dirigirse a la representación en México AMECE, A.C.

Cabe señalar que esta organización no es un agencia gubernamental de Estados Unidos, pero se constituye como la Administración Central y Centro de Información en Estados Unidos para los fabricantes, distribuidores y vendedores que participan en el sistema de Código Universal de Barras.

Con este Código se ha logrado un avance en la mercadotecnia de productos para su venta al menudeo. En Estados Unidos, para la comercialización de productos al menudeo, se requiere que la etiqueta tenga impreso el código de barras que identifique el producto.

El UPC está siendo utilizado ampliamente en todo el mundo por lo que si se desea exportar sería recomendable contar con el UPC para sus productos.



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**ANEXO 9**

**LISTA DE DIRECCIONES DE COMPRADORES POTENCIALES EN ESTADOS UNIDOS**

<p><b>Agro Gourmet LTD</b> P.O Box 2302 San Anselmo CA. 94979 USA Tel. (1) 415-457-8517 Fax (1) 415-457-8518 Person: Claude R. Frait Imports: fruits and Vegetables</p>	<p><b>Abrosia Enterprises USA INC.</b> 17890 Castleton ST., Suite 110 City of Industry, CA. 91715 USA Te. (1) 626-912-6685 Fax. (1) 626-912.4889 Imports: Ethnic Foods.</p>	<p><b>BLS SALES</b> 25462, Evans Pointe Dana Point, CA. 92629 USA E-mail: <a href="mailto:smithpartnrs@earthlink.net">smithpartnrs@earthlink.net</a> Tel. (1) 949-248-3430 Fax. (1) 949-248-3433 Person: Berry E. Smith Imports: gourmet foods and specialty foods</p>
<p><b>Bahlsen, INC.</b> 1335 N. Friefax AVE. No. 6 W. Hollywood, CA. 90046 USA Person: Erik Schmielewski Imports: candy and confectionary</p>	<p><b>Basicom International Corp.</b> 1143 Clear Creek Canyon DR Diamond Bar, CA. 91765 USA Tel. (1) 909-861-7610 Fax. (1) 909-861-8551 Person: Guillermo Romero Imports: candy and confectionary</p>	<p><b>Bee International</b> 2311, Bosnell Road, STE. No. 3 Chula Vista, CA. 91914 USA Tel. (1) 760-728-0717 Person: Louis Block Imports: candy and confectionary</p>
<p><b>Beverages &amp; More</b> 1470 Enea Circle, STE. 1600 Concord, CA. 94520-5217 USA Tel. (1) 925-472-3516 Person: Rod Wilson or Bill Wiebalk Imports: gourmet foods &amp; specialty foods</p>	<p><b>Bre Water Foods / Test Labs. INC.</b> P.O. Box 306, 7121 Canby AVE. Rededa, CA. 91335-0306 USA E-mail: <a href="mailto:testlab@worldent.alt.net">testlab@worldent.alt.net</a> Tel. (1) 818-881-42682 Fax. (1) 818-881-6370 Person: Gregory L. Brewster Imports: gourmet foods &amp; specialty foods</p>	<p><b>British American Imports</b> 726, Isth Street. San Francisco, CA. 94103 USA E-mail: <a href="mailto:baimp@earthlink.net">baimp@earthlink.net</a> Tel. (1) 415-863-3300 Person: Patrick Alexander Imports: Gourmet foods &amp; specialty foods</p>
<p><b>Bromar, INC.</b> 307, West Taft AVE. Orange, CA. 92665-4248 USA Tel. (1) 949-640-6221 Person: Roy Bork Imports: Food &amp; food products (general)</p>	<p><b>G.F.F. INC.</b> 2636, South Campton AVE. Los Angeles, CA. 90011 USA Tel. (1) 323-232-6255 Person: Manuel Anibarro Imports: Prepared foods.</p>	<p><b>Golden Gate, CO.</b> 390 Swift avenue, unit 19 S. San Francisco, CA. 94080 USA Tel. (1) 650-588-3632 Fax. (1) 650-588-5912 Person: Dieter Steinbeck Imports: Gourmet foods &amp; specialty foods</p>
<p><b>Ingress Enterprises</b> 15164 Montalvo Road Saratoga, CA. 95070 USA Tel. (1) 408-867-9910 Fax. (1) 408-867-9911 Imports: Gourmet foods &amp; specialty foods</p>	<p><b>John S. Horn CO. INC.</b> World Trade Center No. 340 San Francisco, CA. 9411 USA Tel. (1) 415-781-6789 Fax. (1) 415-781-0629 Person: Peter M. Horn Imports: Gourmet foods &amp; specialty foods</p>	<p><b>John's Pet Products</b> 1633, S. 1st Street San Jose, CA. 95112 USA Tel. (1) 408-275-1943 Person: John Rademakers Imports: Gourmet foods &amp; specialty foods</p>
<p><b>Kisco Santa Clara</b> 4655 Old Ionsides, No. 280 USA</p>	<p><b>MataGrano, INC.</b> 225, Jerrold Avenue San Francisco, CA. 94124</p>	



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

<p><b>Tel. (1) 408-748-1888</b> <b>Fax. (1) 408-748-1064</b> <b>Person: Ike Funahashi</b> <b>Imports: food oducts (general)</b></p>	<p><b>USA</b> <b>Tel. (1) 415-821-6667</b> <b>Fax. (1) 415-824-9346</b> <b>Person: Ron Bombelli</b> <b>Omports: Gourmet foods &amp; specialty foods.</b></p>	
---	--	--

**ANEXO 10**  
**DOCUMENTOS Y TRAMITES**





Servicio de Administración Tributaria  
SECRETARÍA DE HACIENDA Y FISCALÍA

### CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL

CLAVE DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE

ALVARO

CLAVE UNICA DE REGISTRO DE POBLACION  
**AALF610808MMNLLV09**

FOLIO

**E 305817**

MICH-25/11/1999-R

3&WmaGvSyYB



# Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

## TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE CERTIFICADO DE ORIGEN (Instrucciones al Reverso)

Usar a máquina o con letra de molde. Este documento no será válido si presenta alguna raspadura, tachadura o enmendadura

1. Nombre y Domicilio del Exportador:  Número de Registro Fiscal:	2. Período que cubre: De: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr></table> A: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr></table>	D	D	M	M	A	A	D	D	M	M	A	A
D	D	M	M	A	A								
D	D	M	M	A	A								

3. Nombre y Domicilio del Productor:  Número de Registro Fiscal:	4. Nombre y Domicilio del Importador:  Número de Registro Fiscal:
--	---

5. Descripción del (los) bien(es):	6. Clasificación Arancelaria	7. Criterio para todo profesional	8. Protector	9. Costo Neto	10. País de Origen

Declaro bajo protesta de decir verdad que:

- La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que será responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha o relacionada con el presente documento.
- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes haya entregado el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.
- Los bienes son originarios y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 411 o en el Anexo 401.

Este certificado se compone de \_\_\_\_\_ hojas, incluyendo todos sus anexos.

11. Firma Autorizada:	Empresa:
Nombre:	Cargo:

Fecha: <table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr></table>	D	D	M	M	A	A	Teléfono	Fax:
D	D	M	M	A	A			



Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

DECRETO DE EXPORTACION

HOJA DE \_\_\_\_\_

FECHA DE PAGO \_\_\_\_\_ NO. PEDIMENTO \_\_\_\_\_  
 TIPO DE OPERACION \_\_\_\_\_ CLAVE PEDIMENTO \_\_\_\_\_ T.C. \_\_\_\_\_  
 ADELANTE \_\_\_\_\_ FACTOR MONEDA EXTRANJERA \_\_\_\_\_  
 FECHA PRESENT. \_\_\_\_\_ TRANSPORTE \_\_\_\_\_ FESO \_\_\_\_\_  
 RFC \_\_\_\_\_ PAIS COMPRADOR \_\_\_\_\_ PAIS DESTINO \_\_\_\_\_  
 EXPORTADOR \_\_\_\_\_  
 DOMICILIO \_\_\_\_\_  
 CIUDAD/ESTADO \_\_\_\_\_ CODIGO \_\_\_\_\_  
 FACTURAS/FECHAS/FORMA DE FACTURACION/COMPRADOR/DOMICILIO \_\_\_\_\_

SELLOS

TAX No. \_\_\_\_\_  
 MARCAS, NUMERO, TOTAL DE BULTOS \_\_\_\_\_ CONCRETO/RODAMIA O VEHICULOS NOR. \_\_\_\_\_

V. ME \_\_\_\_\_ V.D.E. \_\_\_\_\_  
 VALOR COMERCIAL

No. ORDEN	DESCRIPCION DE MERCANCIAS			PRECIO	COMERCIAL	TASA	FP	IMPUESTO
	FRACCION	CANTIDAD	UNIDAD	UNITARIO				
PERIBO(S) CLAVES/NUMEROS/FIRMA					DLR			

AGENDE DE REGISTRO \_\_\_\_\_  
 OBSERVACIONES \_\_\_\_\_  
 PATENTE, NOMBRE, RFC Y FIRMA DEL AGENTE O APODERADO AGENERA \_\_\_\_\_

CODIGO DE BARRAS \_\_\_\_\_  
 CONTRIBUCIONES \_\_\_\_\_  
 TOTALES \_\_\_\_\_  
 EFECTIVO \_\_\_\_\_



004

SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO  
DIRECCION GENERAL DE CONTROL SANITARIO DE BIENES Y SERVICIOS

AVISO DE APERTURA DE ESTABLECIMIENTO

FECHA

DIA	MES
12	02

ANTES DE LLENAR, LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO

DATOS DEL PROPIETARIO O RAZON SOCIAL

ALVAREZ LLANDERAL FAVIOLA AALF-610808-NF8  
 APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO Y NOMBRE(S) R.F.C.

MIGUEL DE RIVERA No. 431, COL. DIECIOCHO DE MAYO, MORELIA MICHOACAN.  
 DOMICILIO (CALLE, NUMERO Y COLONIA)

MORELIA 58258 MORELIA  
 DELEGACION POLITICA O MUNICIPIO CODIGO POSTAL LOCALIDAD  
 MICHOACAN. -----  
 ENTIDAD FEDERATIVA TELEFONO FAX

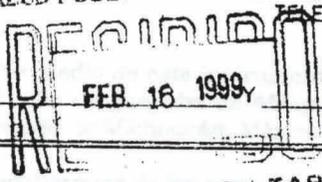
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

ALVAREZ LLANDERAL FAVIOLA AALF-610808-NF8 1 JULIO 98.  
 DENOMINACION O RAZON SOCIAL R.F.C. FECHA INICIO DE OPERACION

MIGUEL DE RIVERA 431 COL. 18 DE MAYO  
 DOMICILIO (CALLE, NUMERO Y COLONIA)

MORELIA 58258 MORELIA  
 DELEGACION POLITICA O MUNICIPIO CODIGO POSTAL LOCALIDAD  
 MICHOACAN. SERVICIOS COORDINADOS DE  
 ENTIDAD FEDERATIVA SALUD PUBLICA EN EL ESTADO 35  
 TELEFONO FAX

ENTRE DIEGO CALERO GREGORIO DE AVIÑA.  
 CALLE CALLE



DATOS DEL RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO JURISDICCION SANITARIA No. 1 MORELIA

ALVAREZ LLANDERAL FAVIOLA.  
 APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO NOMBRE (S)

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO

*Faviola Alvarez Llanderal*  
 FAVIOLA ALVAREZ LLANDERAL.



**ANEXO 11**

**CONTRATO DE COMPRA - VENTA INTERNACIONAL DE ATES DE GUAYABA**

**DECLARACIONES:**

**Declara Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente":**

- I. Que es una empresa legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Mexicana el 1 de Mayo de 1991, según consta la escritura pública número 357 pasada ante la fe del notario número 0714 licenciado Miguel Ángel Cortés Valbuena de la ciudad de Morelia, Michoacán.
- II. Que dentro de su objeto social se encuentran entre otras actividades, las de fabricación, comercialización y exportación de "ates" de guayaba de 450gr., rellenos de leche, cajeta, coco, nuez.
- III. Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.
- IV. Que el Sr. José López de la Fuente Dufau es su legítimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo.
- V. Que tiene su domicilio en Miguel de la Rivera Núm. 431, Col. 18 de Mayo; mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

**Declara "G.F.F INC."**

- I. Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes en Morelia, Michoacán México y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de "La Fuente".
- II. Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.
- III. Que el Sr. Manuel Anibarro es su legítimo representante y está facultado para suscribir este contrato.
- IV. Que tiene su domicilio en 2636, South Campton AVE. mismo que señala par todos los efectos legales a que haya lugar.
- V. Que cuenta con los registros y autorizaciones correspondientes de las autoridades competentes de su país para importar los productos a que se refiere este contrato.

**CLAUSULAS:**

**PRIMERA.- Objeto del Contrato.** Por medio de este instrumento "La Fuente" se obliga a vender y "G.F.F. INC." se obliga a adquirir el rollo de guayaba de 450gr., relleno de cajeta, leche , nuez o coco; producido y empacado en el estado de Michoacán, México.

Las cantidades y periodicidad de los embarques de los productos, que "La Fuente" enviará a "G.F.F. INC." durante la temporada de Febrero / Noviembre se definirá en el anexo "A" del presente convenio, documento al que en lo sucesivo se le denominará "programa de embarques".

**SEGUNDA.- Precio.** El precio de los productos objeto de este contrato que "G.F.F INC." se compromete a pagar será la cantidad de \$13.00 precio unitario del producto, y \$467,946.0152 CIF. Puerto de Long Beach, California. INCOTERMS, 1990 Cámara de Comercio Internacional.

Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando este sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas o sociales extremas en el país de origen o en el de destino, en perjuicio de cualquiera de las partes.

<sup>1</sup> Ver Anexo A



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**TERCERA.- Forma de Pago.** "G.F.F. INC" se obliga a pagar a "La Fuente" el precio pactado en la cláusula anterior, mediante carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera a la vista en un término no mayor de 10 días, contados a partir de la fecha en que "G.F.F" reciba el pedido correspondiente contra entrega de los documentos siguientes:

- ♦ Pedimento de Exportación
- ♦ Factura Comercial.
- ♦ Certificado de Origen.
- ♦ Documento de Embarque ( Bill of Lading).
- ♦ Lista de Empaque.
- ♦ Certificado de La Secretaría de Salud.
- ♦ Póliza de Seguro.

Para los efectos del párrafo anterior, "La Fuente" enviará la cotización de los productos a el "G.F.F. INC" tomando en cuenta las cantidades de los productos que requiera el comprador. Este procedimiento será llevado a cabo por medio de telefax

"G.F.F. INC." abrirá la carta de crédito a favor de "La Fuente", dentro de los 10 días hábiles a la recepción de este acuerdo debidamente firmado por "La Fuente", basado en los términos acordados por las partes.

De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, "G.F.F. INC." se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se establezca la carta de crédito en las condiciones antes señaladas en el banco Banamex de la ciudad de Morelia, Michoacán con una vigencia de 10 días.

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito, serán pagados por "G.F.F. INC."

Si "G.F.F. INC." no paga el precio del producto conforme a lo establecido en este convenio, o cualquier otra suma adeudada, "La Fuente" tendrá derecho a percibir los intereses correspondientes, sin perjuicio de la indemnización de los daños y perjuicios que se le causaren.

**CUARTA.- Envase y Embalaje.** "La Fuente" se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda anterior.

**QUINTA.- Fecha de Entrega.** "La Fuente" se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los 05 días posteriores a la fecha en que reciba la confirmación de la carta de crédito que se menciona en la cláusula tercera del presente contrato.

**SEXTA.- Patentes y Marcas.** "La Fuente" declara y "G.F.F. INC." reconoce que los productos objeto de este contrato, se encuentran debidamente registrados al amparo de las patente número 0078596 y la marca "La Fuente" número 2743 ante la Dirección General de Desarrollo Tecnológico, de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial de México.

"G.F.F. INC" se obliga por medio de este instrumento a prestar toda la ayuda que sea necesaria a "La Fuente" a costa y riesgo de esta última, para que las patentes y marcas a que se refiere la presente cláusula sean debidamente registradas en ...

Asimismo, "G.F.F. INC" se compromete a notificar a "La Fuente", tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido a dicha patente y marca durante la vigencia del presente contrato a fin de que "La Fuente" pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

**SÉPTIMA.- Conformidad de la Mercancía.** "G.F.F. INC." esta obligado a tomar posesión de los productos tan pronto como esta sea puesta a su disposición y éste asumirá todos los riesgos de pérdida o daño del producto desde el momento en que haya sido puesta a su disposición.

"G.F.F. INC." tendrá 24 horas contados a partir de que reciba las mercancías, para examinar el estado que guardan, y en caso de que detecte alguna irregularidad deberá notificar por escrito de



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

inmediato a "La Fuente", ya que en caso de no hacerlo en ese periodo de tiempo perderá su derecho para reclamar.

Para el caso de que el dulce llegue en malas condiciones y una vez que "G.F.F INC." notifique a "La Fuente" o a la persona que éste último designe sobre las condiciones del embarque. Las partes podrán nombrar a un perito de su parte, para que en esta forma conjunta se determine la magnitud de los daños del producto. En caso de que los peritos de las partes no logren ponerse de acuerdo en cuanto a los daños, los mismos nombrarán a un tercer perito para que este resuelva en definitiva sobre las divergencias planteadas por los peritos de las partes.

**OCTAVA.- Vigencia del contrato.** Ambas partes convienen que una vez que "La Fuente" haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera; y "G.F.F INC." haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento operará automáticamente su terminación.

Cualquier alteración o modificación a los términos del presente convenio, deberán ser previamente acordados por ambas partes y establecidos por medio de un escrito.

**NOVENA.- Rescisión por incumplimiento.** Ambas partes podrán rescindir este contrato en el caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido de que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá de dar aviso a la otra, cumplido que sea el término a que se refiere el párrafo anterior.

**DECIMA.- Insolvencia.** Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa, en caso de que una de ellas fuere declarada en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otro tipo de insolvencia.

**DECIMA PRIMERA.- Subsistencia de las obligaciones.** La rescisión o terminación de este contrato no afectará de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deban diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aún con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

**DECIMA SEGUNDA.- Cesión de Derechos y Obligaciones y Relación de las Partes.** Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivados de este contrato.

La relación entre "G.F.F INC." y "La Fuente", es únicamente de comprador y vendedor, quedando entendido que el "Importador" está actuando como un contratista independiente bajo su propia cuenta y riesgo. Este convenio no establece ninguna asociación, agencia o sociedad entre las partes, ni tampoco crea alguna relación de empleado empleador.

**DECIMA TERCERA.- Limite de la responsabilidad contractual.** Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor como: a) huelgas, b) escasez de tierra o derechos de utilización de agua; c) escasez o falta de instalaciones de refrigeración o plantas de almacén; d) dificultades para obtener unidades de transporte; e) guerras, hostilidades o emergencias nacionales, f) hechos de la naturaleza como terremotos, inundaciones, huracanes, incendios, etc., o cualquier otra causa fuera del control de la parte incapacitada para cumplir con sus funciones. La parte que no pueda cumplir con sus obligaciones por alguna de estas causas notificará de inmediato a la otra parte y reanudará sus actividades en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.



## Fábrica de Dulces Regionales "La Fuente"

**DECIMA CUARTA.- Legislación aplicable.** En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes en la República Mexicana, particularmente lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías y en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidos por estas.

**DECIMA QUINTA.- Arbitraje.** Para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato y para la solución de cualquier controversia que se derive del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje de la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, auspiciada por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., con domicilio en la ciudad de México, Distrito Federal, de conformidad con lo dispuesto en El Reglamento de Procedimientos de la Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC). El lugar de arbitraje será la Ciudad de México, Distrito Federal, y el idioma que se utilizará en el desarrollo del procedimiento será el Español.

**DECIMA SEXTA.- Encabezados.** Los encabezados incluidos en este contrato son para referencia y no tendrán ningún efecto legal.

**DECIMA OCTAVA.- Idioma.** Este convenio se establece en idioma español e inglés, siendo ambas versiones igualmente obligatorias para las partes y ambas versiones constituyen un solo instrumento, en la inteligencia que en el caso de que exista duda en cuanto a la interpretación del mismo, la versión en el idioma español prevalecerá en todos los casos.

Enteradas las partes del contenido y alcance legal de este convenio, y no existiendo vicio del consentimiento que pudiera invalidarlo, lo ratifican y firman a través de sus representantes legales en la fecha y el lugar que más adelante se establece.

Se firma este contrato en la ciudad de ... a los ... días del mes ... de ...

-----  
"La Fuente"

-----  
"G.F.F INC."

### ANEXO A PROGRAMA DE EMBARQUES

FECHA	CANTIDAD	TOTAL EN DOLARES (\$)
10 FEBRERO	12 TONELADAS	46,791.60152
10 MARZO	12 TONELADAS	46,791.60152
10 ABRIL	12 TONELADAS	46,791.60152
10 MAYO	12 TONELADAS	46,791.60152
10 JUNIO	12 TONELADAS	46,791.60152
10 JULIO	12 TONELADAS	46,791.60152
10 AGOSTO	12 TONELADAS	46,791.60152
10 SEPTIEMBRE	12 TONELADAS	46,791.60152
10 OCTUBRE	12 TONELADAS	46,791.60152
10 NOVIEMBRE	12 TONELADAS	46,791.60152