



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

---

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**LIC. EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES**

**“ANTEPROYECTO DE EXPORTACION DE PEPINO DE SINALOA,  
MEXICO, A LA REPUBLICA DE CHILE, 2016”**

**Trabajo recepcional en la modalidad de:**

**TESINA**

**Como requisito para obtener el título de:**

**LIC. EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES.**

**Presenta:**

**ANA LAURA VALDÉS LARA**

**Asesor:**

**M. en E. MARIA DEL CARMEN GOMEZ CHAGOYA**

**Revisores:**

**Dr. en C.S. Rafael Juárez Toledo**

**Dra. en E. Alma Rosa Muñoz Jumilla**

**Marzo 2017**

## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	6
--------------------	---

### CAPITULO I: MARCO TEORICO

<b>1.1. EL COMERCIO INTERNACIONAL.....</b>	<b>11</b>
1.1.1. Definición de Comercio Internacional .....	11
1.1.2. Antecedentes del Comercio Internacional.....	12
1.1.3. Beneficios del Comercio Internacional.....	14
<b>1.2. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC).....</b>	<b>16</b>
<b>1.3. MÉXICO COMO PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>18</b>
1.3.1. Generalidades de México .....	18
1.3.2 Guasave, Sinaloa.....	21
1.3.3 El Pepino Mexicano .....	23
1.3.4 Exportaciones de Pepino Mexicano .....	26
<b>1.4. RELACIONES COMERCIALES DE MÉXICO CON EL MUNDO.....</b>	<b>28</b>
1.4.1 Principales acuerdos y Tratados de México con el Mundo .....	28
1.4.2 Tratado de Libre Comercio México – Chile .....	30
1.4.2.1 Evolución del Comercio con el Tratado de Libre Comercio México –Chile	34
<b>1.5 TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL QUE SUSTENTA EL PROYECTO .</b>	<b>35</b>
1.5.1 Modelo del Diamante de Michael Porter .....	35

### CAPITULO II: DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PEPINO Y DE LA EMPRESA

<b>2.1. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA Y EL MERCADO DESTINO .....</b>	<b>41</b>
<b>2.2 NOMBRE DE LA EMPRESA .....</b>	<b>41</b>
2.2.1 Historia de la Empresa.....	42
2.2.2 Filosofía .....	42
2.2.2.1 Misión .....	42
2.2.2.2 Visión .....	42

2.2.2.3 Valores .....	43
2.2.3 Organigrama .....	43
<b>2.3 MARCA .....</b>	<b>44</b>
<b>2.4 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....</b>	<b>44</b>
<b>2.5 ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA .....</b>	<b>44</b>
<b>2.6 MERCADOS Y DISTRIBUCIÓN .....</b>	<b>46</b>
<b>2.7. ANÁLISIS GENERAL DEL PEPINO .....</b>	<b>46</b>
2.7.1. Nombre científico del pepino.....	46
2.7.2 Descripción y Características Generales del Pepino .....	47
2.7.2.1 Origen del Pepino .....	47
2.7.2.2 Forma, Tamaño y Peso del pepino .....	47
2.7.2.3 Color y Sabor .....	47
2.7.2.4 Familia a la que pertenece el pepino .....	48
2.7.3 Técnicas de cultivo.....	48
2.7.3.1 Requerimientos edafoclimáticos .....	48
2.7.3.2 Particularidades del cultivo .....	49
2.7.3.3 Fertilización.....	50
2.7.3.4 Virus y Plagas del pepino .....	50
2.7.4 Propiedades nutritivas del pepino .....	52
2.7.5 Clasificación arancelaria del pepino.....	53
2.7.5.1 Descripción del pepino mediante su clasificación arancelaria .....	54
<b>2.8 DIVERSOS USOS DEL PEPINO .....</b>	<b>54</b>
2.8.1 Usos culinarios del pepino .....	54
2.8.2 Usos medicinales del pepino.....	55
<b>2.9 PRODUCCIÓN DEL PEPINO EN YORY DEL RANCHO .....</b>	<b>56</b>
2.9.1 Proceso de recolección de pepino en YORY DEL RANCHO.....	56
2.9.2 Pasos para recolectar pepino en YORY DEL RANCHO .....	57
 <b>CAPITULO III: ANTEPROYECTO DE EXPORTACIÓN</b>	
<b>3.1 REPUBLICA DE CHILE COMO PAÍS DESTINO .....</b>	<b>61</b>
3.1.1 Características y Generalidades de Chile. ....	61

3.1.2 Relaciones Comerciales entre México y Chile. ....	64
<b>3.2 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD. ....</b>	<b>64</b>
3.2.1 Clientes actuales y potenciales. ....	65
3.2.2 Competencia directa e indirecta. ....	68
<b>3.3 REGULACIONES SANITARIAS Y FITOSANITARIAS ....</b>	<b>69</b>
3.3.1 Regulaciones Sanitarias y Fitosanitarias en Chile. ....	71
<b>3.4 NORMAS DE CALIDAD ....</b>	<b>74</b>
3.4.1 Normas de calidad para productos frescos ....	75
3.4.2 Normas de Calidad Genéricas ....	76
3.4.3 Normas técnicas ....	77
3.4.4 Normas Chilenas Oficiales ....	78
<b>3.5 BARRERAS COMERCIALES.....</b>	<b>78</b>
3.5.1 Barreras arancelarias.....	79
3.5.2 Barreras No Arancelarias.....	79
<b>3.6 COMERCIALIZACIÓN.....</b>	<b>81</b>
3.6.1 Canales de Distribución .....	81
<b>3.7 PASOS A SEGUIR PARA PODER EXPORTAR A CHILE.....</b>	<b>83</b>
3.7.1 Etiquetado.....	86
3.7.1.1 Normas de etiquetado establecidas en Chile.....	87
3.7.2 Empaque y Embalaje.....	88
3.7.2.1 Tipo de embalaje para hortalizas.....	90
3.7.2.2 Símbolos para transporte, manejo y almacenaje. ....	91
3.7.3 Tipos de cobertura (INCOTERMS) .....	93
3.7.3.1 INCOTERM utilizado en el proyecto .....	95
3.7.4 Medio de Transporte .....	95
3.7.5 Formas de Pago.....	97
3.7.5.1 Carta de Crédito.....	98
<b>CAPITULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO</b>	
<b>4.1 DETERMINACIÓN DE PRECIO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO DESTINO</b>	
.....	<b>102</b>

<b>4.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS.....</b>	<b>105</b>
<b>4.4 ESTADO DE RESULTADOS.....</b>	<b>106</b>
<b>4.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA .....</b>	<b>109</b>
4.5.1 Flujo Neto de Efectivo (FNE).....	109
4.5.2 Valor Presente Neto (VPN) .....	110
4.5.3 Tasa Interna de Rendimiento (TIR).....	112
4.5.4 Punto de Equilibrio.....	113
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>116</b>
<b>GLOSARIO .....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>122</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>133</b>

## **INTRODUCCIÓN**

La creciente integración de economías alrededor del mundo, es un tema que a lo largo de las últimas décadas ha merecido diferentes esquemas de estudio y opiniones diversas. Como resultado de dicha integración se han ido unificando los mercados así como las sociedades y cultura de distintos países del mundo, generando con ello un proceso continuo y dinámico, mismo que ha dictado una nueva forma de regular el comportamiento económico de los individuos y las empresas a nivel internacional.

Este nuevo comportamiento de los agentes económicos no solo se determina por las características o situaciones que acontecen en su país, ya que como resultado de los procesos de integración, influyen en sus decisiones lo que sucede cultural, económica y socialmente en otras regiones del mundo.

Lo mismo ocurre con las empresas que participan en el comercio mundial, ya que así como conocen lo que influye en sus compradores locales también deben conocer las características, gustos y preferencias de los compradores internacionales a los que se dirigen, y la mejor forma de hacerlo es implementando estrategias que garanticen la aceptación en ese mercado.

Este es el caso de México que a lo largo del proceso de globalización ha tenido una considerable participación en este, y que debido a ello ha implementado estrategias tanto políticas como comerciales para incursionar en los mercados internacionales, no sin antes conocer claramente las características de su país destino y de esta forma aprovechar las ventajas que crean grandes oportunidades.

Una de las estrategias que México ha manejado, para figurar en el comercio internacional, es la de mostrar al mundo actual la imagen de una gran nación rica en historia, cultura y tradiciones, variados entornos geográficos y recursos naturales, lo cual ha permitido que nuestro país tenga una fuerte presencia a nivel internacional.

Si hablamos de recursos naturales, México es un país extraordinariamente rico tanto en flora como en fauna, además de ser catalogado como una de las naciones con una alta diversidad en climas, zonas geográficas y otros recursos que favorecen las actividades primarias, de las cuales se deriva la agricultura, actividad que en el caso de México ha dado grandes beneficios a nuestra economía.

Dentro de las actividades primarias en México sobresale la producción agrícola, en la cual destaca el cultivo de hortalizas que han mantenido a nuestro país como una industria competitiva a nivel mundial, colocándonos como un país potencialmente productivo en donde es posible obtener una amplia gama de productos agroalimentarios procedentes de cualquier región del país y en cualquier época del año.

A nivel mundial la producción y exportación de hortalizas se concentra en cinco productos principales los cuales son: papa, tomate, cebolla, pepino y lechuga, dejando claro que el consumo de las hortalizas se debe a su alto valor nutritivo dada la cantidad de nutrientes que aportan a la alimentación en forma de proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales.

De la producción mundial de hortalizas, México ocupa el cuarto lugar como país exportador, otros exportadores de gran peso son China, España, Francia, Bélgica, Holanda y Canadá. (FAOSTAT: 2011)

A pesar de la competencia que representan estos países, México posee, una riqueza de climas y ecosistemas que permiten la adecuada producción de hortalizas durante todo el año, lo que constituye una de las principales ventajas ante sus competidores potenciales.

Dentro de la clasificación de hortalizas, el pepino, a pesar de ser un producto poco cultivable, es uno de los más rentables y su rendimiento por hectárea es incluso superior al de las hortalizas más cultivables. La producción de pepino se concentra principalmente en los estados de la región noroeste del país: Sinaloa, Baja California Norte, Sonora y Chihuahua quienes poseen una fuerte dinámica productiva que se caracteriza por la alta calidad del producto. (SIACON: 2015)

Enfocando nuestra atención en la producción de pepino, es importante señalar que gracias a las condiciones naturales y tecnológicas que se han empleado en territorio mexicano, especialmente en el estado de Sinaloa, se tiene la capacidad de impulsar la exportación de un pepino de gran calidad, que cumpla con todas las exigencias que demande cualquier mercado externo.

Es por ello que el presente Ante-proyecto de Exportación tiene como principal objetivo: **evaluar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de exportar pepino sinaloense a Santiago de Chile, toda vez que es un mercado propicio para la introducción del producto.**

Al realizar el presente Ante-proyecto, se tomó en consideración que el país destino cuenta con un gran mercado de consumo de hortalizas y que la producción de pepino, aun siendo solo para consumo local, no garantiza su adecuado abastecimiento.

Para lo cual se determinó que la estructura temática del Ante-proyecto de exportación se basara en la realización de cuatro capítulos, los cuales se describen a continuación con la finalidad de que el lector tenga una mayor comprensión del tema.

**Capítulo I:** Planteamiento del Marco Teórico en el cual se define el Comercio Internacional y los diferentes Tratados que tiene México con el resto del mundo, especialmente el TLC con Chile. Dentro de este capítulo también se desarrolla la Teoría del Comercio Internacional que sustenta la investigación.

**Capítulo II:** Análisis de la empresa Sinaloense “YORI DEL RANCHO”, en el cual se describen sus características generales como empresa y la forma en cómo producen el pepino. Así mismo también se realiza un estudio y descripción profunda de nuestro producto a exportar.

**Capítulo III:** Se describe todo el proceso para llevar a cabo la exportación de pepino, así como un amplio estudio de sus características y beneficios, las Normas Oficiales Mexicanas, las características generales del mercado chileno y la cobertura que puede llegar a tener el pepino mexicano en este.

**Capítulo IV:** Se aborda todo lo relacionado a las finanzas necesarias para el Ante-proyecto de exportación, describiendo el estudio financiero y la valoración económica, incluyendo elementos como: Presupuestos, Estado de Resultados, Valor Presente Neto, Tasa Interna de Rendimiento y Punto de Equilibrio.

Finalmente se presentan las conclusiones generales de este Ante-proyecto al igual que los diferentes anexos y bibliografía que se utilizó durante la investigación.

# **CAPITULO I**

# **MARCO TEÓRICO**

## CAPITULO I

### MARCO TERORICO

#### 1.1. EL COMERCIO INTERNACIONAL

##### 1.1.1. Definición de Comercio Internacional

Por tratarse de una actividad extraordinariamente amplia y dinámica, es difícil establecer un concepto tan vasto que permita abarcar las diferentes facetas del Comercio Internacional. Lo primero que se debe hacer es partir de un concepto básico, del cual se desprenderán otros. Como definición básica de Comercio Internacional se entiende que es *“toda aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto de países del mundo”* (BALLESTEROS, 2005: 11)

Partiendo de este concepto básico se pueden estudiar sus características, las cuales dejan ver que en estos tiempos de globalización el comercio internacional tiene un fuerte impulso de integración, mediante el cual, dos o más mercados nacionales y de dimensiones considerables, deben establecer acuerdos para llegar a formar un solo mercado de mayores dimensiones.

Otra definición importante y la cual nos hace darnos cuenta que los efectos del comercio internacional intervienen tanto en los consumidores como a los mercados nacionales es la que hace referencia al comercio internacional como *“la actividad económica que consiste en realizar habitualmente y con propósito de lucro el intercambio de bienes y servicios, poniendo en relación las ofertas de los productos con las necesidades (demanda) de los consumidores y facilitando así la circulación de la riqueza entre países”* (CORNEJO, 2002: 38)

Englobando las definiciones anteriores queda clara la importancia del comercio internacional como medio de integración y crecimiento económico para los países que buscan tener acceso a mercados que van más allá de sus fronteras, asegurando con ello el goce de los beneficios, principalmente económicos y tecnológicos.

Dentro de los beneficios que obtenga un país dependen la satisfacción de los consumidores, la misma generación de fuentes de empleo y el crecimiento económico interno. El comercio internacional también nos enseña que los países prosperaran en la medida en que se especialicen e implemente mejores estrategias de adaptación y superación.

### **1.1.2. Antecedentes del Comercio Internacional**

Podemos decir que la historia de la humanidad es de alguna forma la historia del comercio internacional. Este ha sido causante de colonizaciones, de ascensos y caídas de grandes imperios, de descubrimientos geográficos, de inventos tecnológicos y lamentablemente hasta de guerras. De la mano de la historia de la humanidad van las actividades de producción de bienes y su respectiva comercialización, teniendo siempre su base en la actividad económica.

Debemos recordar que desde que el hombre comenzó a vivir en sociedades más o menos organizadas, en las que la economía se basaba en la producción y comercialización de mercancías, la consecuente entrada y salida de bienes en los territorios se vio restringida por distintas razones, las cuales aplicadas en una determinada zona dieron origen a espacios protegidos por barreras comerciales de diferentes tipos.

Con el avance de la historia este proceso se fue intensificando, especialmente con los procesos socioeconómicos que significaron las guerras mundiales. Es claro que una de las consecuencias de los conflictos armados es la generación de desconfianza entre las naciones que de cierta forma provocan aislamiento internacional en todos sus aspectos.

Como era de esperarse, la situación de postguerra, tuvo su impacto directo en los aspectos económicos reflejados en el abandono del patrón oro, la elevación de los aranceles, el establecimiento de restricciones en el intercambio de mercancías y el incumplimiento de pagos internacionales. Las relaciones comerciales en esos momentos eran frágiles y todo giraba en torno al proteccionismo.

En esos momentos, el mundo además de buscar paz, reaccionó ante la situación de aislamiento y hostilidad económica, buscando salidas a la asfixiante situación que sufría el comercio internacional. Dentro de las posibilidades del nuevo relacionamiento económico, las naciones comenzaron a coexistir con la vieja forma de bilateralismo, otras nuevas como el multilateralismo y la llegada de la integración.

La necesidad de salir del caos mundial requería la existencia de instituciones internacionales con autoridad propia para regular el funcionamiento de las variables más importantes en el juego de las relaciones entre los países y al mismo tiempo proteger el desarrollo del sistema político-económico ideado por las naciones más desarrolladas.

Específicamente en materia comercial se creó el GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) con la finalidad de impulsar la rápida liberalización del comercio mundial y comenzar a resolver los efectos de las medidas proteccionistas que se habían establecido. Los esfuerzos del GATT en pro de la liberación comercial tuvieron lugar mediante las Rondas de Negociaciones.

Sin lugar a dudas, el GATT cumplió satisfactoriamente sus objetivos ya que las continuas reducciones de aranceles lograron un incremento del comercio mundial a tasas muy elevadas. Sin embargo, debido a la complejidad que la globalización había traído al comercio internacional y las circunstancias de que el GATT no abarcaba el comercio de servicios, los líderes del mundo decidieron reformular el sistema multilateral, haciéndolo a través de la ronda Uruguay mediante la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

La OMC entró en funcionamiento el 1 de Enero de 1995 y dentro de sus principales funciones, además de cooperar con el FMI y el BM, se encuentran:

- a) la administración y aplicación de los acuerdos constitutivos comerciales multilaterales y plurilaterales.
- b) ser foro para las negociaciones de sus miembros.
- c) administrar el entendimiento para la solución de diferencias.
- d) examinar las políticas comerciales de los países miembros.

Ahora que el mundo contaba con Instituciones con autoridad propia para regular el comercio internacional (FMI, BM, OMC, UNCTAD, CCI) se considero también la creación de Comisiones Económicas regionales las cuales fueron: a) para Europa la Comisión Económica para Europa (CEPE); para América Latina la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de decisiva importancia para el nacimiento de importantes asociaciones regionales tales como ALALC, CARICOM, ALADI, etc.; para Asia y el Pacífico la Comisión *Económica y Social para Asia y el Pacífico* (CESPAP); para Asia Oriental el Consejo de la Comunidad de Asia Oriental (Council on East Asian Community; CEAC).

Todas las instituciones mencionadas (y otras de menor participación) constituyen la estructura institucional del comercio internacional, lo que sin dudas logra que el funcionamiento de todas ellas incida sobre las relaciones comerciales internacionales, quitando espacio al bilateralismo estricto y a las políticas individuales de cada nación e intensificando la actuación de todos los países al fijarse reglas, procedimientos y objetivos unificados.

Los acontecimientos y la creación de instituciones en la segunda mitad del Siglo XX contribuyeron de tal modo a la formación de la extraordinaria situación de relaciones comerciales y vinculaciones político-económicas que en nuestros días hacen el mundo globalizado en el que nos toca vivir.

### **1.1.3. Beneficios del Comercio Internacional**

Sin duda, el comercio internacional es provechoso para el progreso de una nación. Por ejemplo, el libre comercio genera un incremento de la producción, la cual requiere de fuerzas productivas y nuevas fuentes que las provean, estimulando al mismo tiempo el crecimiento económico. Lo más conveniente para un país es especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y en contraparte obtener de otros países aquellos bienes que no pueden ser producidos de manera tan eficiente.

El comercio internacional da paso a una mayor flexibilidad de los factores productivos entre distintos países, dejando como consecuencia ventajas a un nivel macro, entre las que pueden mencionarse:

Primero, si cada país se especializa en aquellos productos en los que tiene mayor eficiencia utilizará mejor sus recursos tanto humanos como no humanos, y así elevará el nivel de vida de sus trabajadores y de todos sus habitantes; es por eso que los gobiernos se interesan en incrementar el volumen de las exportaciones, diversificar los productos y mercados, dentro de las posibilidades que permite la globalización.

Segundo, el comercio exterior hace posible que un país obtenga aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente o no sean producidos de manera eficiente, como maquinaria, bienes intermedios y manufacturas.

Tercero, hace posible la oferta de productos que consumen otros países, en otros mercados, es decir las exportaciones. Específicamente, las exportaciones posibilitan el aumento de divisas, generan empleos, mejoran la utilización de los recursos naturales e incrementan el desarrollo tecnológico.

Finalmente, los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional. Por medio de la balanza de pagos se informa qué tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un periodo dado. Este tipo de información permite conocer la participación de los sectores que aportan al crecimiento económico del país y en qué sectores se debe poner mayor atención.

A nivel empresarial, el comercio exterior provee grandes beneficios como lo son la rentabilidad, la ampliación de mercados, la mejora de la imagen local y el desarrollo de su capacidad gerencial, ventajas que deben ser aprovechadas al máximo.

El comercio es una fuente de recursos para el empresario, inversionista o comerciante individual, ya que estos obtienen ganancias de la compra-venta de bienes y servicios; y, por otra parte, el país también obtiene ingresos, esto por medio del desarrollo económico que el comercio genera.

El comercio mundial ha forjado una red de enlaces globales que vincula a los países, instituciones e individuos, más estrechamente que antes.

Por un lado los flujos del comercio en todo el mundo hacen florecer los enlaces entre naciones, pues lo que pasa en un país afecta a otros países que se encuentren vinculados. Por otra parte, los enlaces también se han intensificado a nivel individual, esto por medio de las comunicaciones, transporte, programas internacionales y culturales. Ejemplo de esto son las nuevas tecnologías que están facilitando en gran medida la operatividad del comercio exterior, como lo son los sistemas informáticos y de gestión que operan gracias a plataformas en Internet.

## **1.2. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC)**

La Organización Mundial de Comercio tiene sus orígenes en el GATT, del que se convirtió en la organización sucesora en enero de 1995. La OMC administra los acuerdos comerciales negociados por sus miembros además de ser un foro de negociaciones comerciales multilaterales; administra los procedimientos de solución de diferencias comerciales (disputas entre países); supervisa las políticas comerciales y coopera con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional con el objetivo de lograr una mayor coherencia entre la política económica y comercial a escala mundial.

Constituyen el núcleo de la OMC los denominados Acuerdos de la OMC, negociados y firmados por la mayoría de los países que mantienen intercambios comerciales. Esos documentos establecen las normas jurídicas fundamentales del comercio internacional.

Son en lo esencial contratos que obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de límites convenidos. Son negociados y firmados por los gobiernos, pero su finalidad es ayudar a los productores de bienes y servicios, a los exportadores y a los importadores a desarrollar sus actividades, si bien permitiendo que los gobiernos alcancen objetivos sociales y ambientales.

El propósito primordial del sistema es contribuir a que el comercio fluya con la mayor libertad posible, sin que se produzcan efectos secundarios no deseables, porque eso es importante para el desarrollo económico y el bienestar. Esto genera en parte la eliminación de ciertos obstáculos.

Las relaciones comerciales conllevan a menudo intereses contrapuestos. Los acuerdos, incluidos los negociados laboriosamente en el sistema de la OMC, tienen muchas veces que ser interpretados. La forma más armoniosa de resolver estas diferencias es mediante un procedimiento imparcial basado en un fundamento jurídico convenido. Ese es el propósito del sistema de solución de diferencias integrado en los Acuerdos de la OMC.

Dentro de la estructura organizativa de la OM se encuentra la Secretaria que es la encargada de coordinar las actividades que se desarrollen y asegurarse de que las negociaciones progresen satisfactoriamente y de que las normas del comercio internacional se apliquen y se hagan cumplir correctamente, además de la supervisión de los siguientes aspectos:

**Negociaciones Comerciales:** Los Acuerdos de la OMC abarcan las mercancías, los servicios y la propiedad intelectual. En ellos se establecen los principios de la liberalización, así como las excepciones permitidas. Incluyen los compromisos contraídos por los distintos países de reducir los aranceles aduaneros y otros obstáculos al comercio y de abrir y mantener abiertos los mercados de servicios.

**Aplicación y Vigilancia:** Los Acuerdos de la OMC obligan a los gobiernos a garantizar la transparencia de sus políticas comerciales notificando a la OMC las leyes en vigor y las medidas adoptadas.

Diversos consejos y comités de la OMC tratan de asegurarse de que esas prescripciones se respeten y de que los Acuerdos de la OMC se apliquen debidamente.

**Solución de diferencias:** Los países someten sus diferencias a la OMC cuando estiman que se han infringido los derechos que les corresponden en virtud de los Acuerdos.

Los dictámenes de los expertos independientes designados especialmente para el caso se basan en la interpretación de los Acuerdos y de los compromisos contraídos por cada uno de los países.

Proyección exterior: La OMC mantiene un diálogo regular con organizaciones no gubernamentales, parlamentarios, otras organizaciones internacionales, los medios de comunicación y el público en general, con el fin de aumentar la cooperación y mejorar el conocimiento de las actividades de la OMC.

Los principios fundamentales que constituyen la base de de la OMC se enlistan a continuación:

- a) No discriminación: Un país no debe discriminar entre sus interlocutores comerciales y no debe discriminar entre sus propios productos, servicios o nacionales y los productos, servicios o nacionales de otros países.
- b) Ser más abierto: La disminución de los obstáculos comerciales es una de las formas más evidentes de fomentar el comercio; esos obstáculos pueden consistir en derechos de aduana o en medidas como la prohibición de las importaciones.
- c) Ser más competitivo: Desalentar, para ello, las prácticas “desleales”, como las subvenciones a la exportación y el dumping de productos a precios inferiores a su costo para obtener una mayor participación en el mercado.
- d) Proteger el Medio Ambiente: Los Acuerdos de la OMC permiten a los miembros adoptar medidas para proteger no sólo el medio ambiente sino también la salud pública y la salud de los animales.

### **1.3. MÉXICO COMO PAÍS EXPORTADOR**

#### **1.3.1. Generalidades de México**

Nombre oficial Estados Unidos Mexicanos. Limita al norte con los Estados Unidos de América, al sureste con Belice y Guatemala, al oriente con el golfo de México y el mar Caribe y al poniente con el océano Pacífico. Es el décimo quinto país más extenso del mundo, con una superficie cercana a los 2 millones de km<sup>2</sup>.

Su población se registra en 119, 530,753 habitantes. (INEGI: 2015) La mayoría tiene como lengua materna el idioma español. Su Moneda es el Peso (\$, MXN).



## Geografía

El país cubre una superficie total de 1, 964,375 km<sup>2</sup>. Limita al norte con los Estados Unidos de América y al sureste con Guatemala y Belice. Tiene 11,122 km de litorales repartidos en dos vertientes: al occidente, el océano Pacífico y el golfo de California; y al este, el golfo de México y el mar Caribe, que forman parte de la cuenca del océano Atlántico. La superficie del país es de 1 964 375 km<sup>2</sup>, México tiene poco más de 3,200 km de largo entre sus puntos terrestres más lejanos.

## Clima

En México el clima está determinado por varios factores, entre los que se encuentran la altitud sobre el nivel del mar, la latitud geográfica, las diversas condiciones atmosféricas y la distribución existente de tierra y agua. Por lo anterior, el país cuenta con una gran diversidad de climas, los cuales de manera muy general pueden clasificarse en:

Clima seco: se encuentra en la mayor parte del centro y norte del país; se caracteriza por la circulación de los vientos, lo cual provoca escasa nubosidad y precipitaciones.

Clima muy seco: registra temperaturas en promedio de 18° a 22° C, con casos extremos de más de 26°C; se encuentra en el 20.8% del país.

Clima cálido: se subdivide en cálido húmedo y cálido subhúmedo. El primero ocupa el 4.7% del territorio nacional y se caracteriza por tener una temperatura entre 22° y 26°C y, el clima cálido subhúmedo se encuentra en el 23% del país; en él se registran temperaturas que oscilan de 22° y 26°C.

Clima templado: se divide en húmedo y subhúmedo; en el primero de ellos se registran temperaturas entre 18° y 22°. Respecto al clima templado subhúmedo, se encuentra en el 20.5% del país, observa en su mayoría temperaturas entre 10° y 18° C y de 18° a 22°C.

## **Forma de Gobierno**

México es una República Representativa y Democrática. Está conformada por estados libres unidos por un pacto federal. Integran al país 32 entidades federativas. El gobierno federal y los gobiernos estatales están organizados por los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, pero la soberanía de la Nación mexicana reside en el pueblo. El sistema político mexicano se caracteriza históricamente por la preeminencia del Poder Ejecutivo sobre los otros dos.

El Poder Ejecutivo Federal, es depositado en el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. El Poder Legislativo reside en el Congreso de la Unión, que se divide en dos cámaras que son el Senado y la Cámara de Diputados. El Poder Judicial recae en la Suprema Corte de Justicia de la Nación y en un conjunto de tribunales inferiores y especializados.

## **Economía**

En la actualidad México tiene una economía de libre mercado orientada a las exportaciones. Es la primera economía más grande de Hispanoamérica, la segunda de América Latina y la tercera economía (PPA) de mayor tamaño de toda América solo después de la de los Estados Unidos y la de Brasil.

Según datos de 2014 del FMI el Producto Interno Bruto, medido en Paridad del Poder Adquisitivo (PPA), supera el billón de dólares, convirtiendo a la economía mexicana en la treceava más grande del mundo.

### **México en el contexto internacional**

México juega un papel cada vez más relevante en el panorama internacional. El incremento demográfico que vivió durante el siglo pasado, junto con la etapa de industrialización y las recientes mejoras de las comunicaciones e infraestructuras, se han reflejado en la economía nacional hasta el punto de que, a nivel global, México llegó a entrar en el exclusivo grupo de países más ricos del mundo por PIB.

Sin lugar a dudas, durante los últimos años se ha logrado una mejora significativa en parte importante de los indicadores con los que se mide el crecimiento de México, lo cual permite afirmar que nuestro país ha tenido avances que le han dado una mayor velocidad de desarrollo e integración en la escala global, permitiendo a su vez que el país sea considerado dentro de las naciones con más oportunidad de crecimiento en el largo plazo.

#### **1.3.2 Guasave, Sinaloa**

El estado de Sinaloa se encuentra situado al noroeste del país, en la costa del Golfo de California; limita al norte con Sonora, al este con Chihuahua y Durango y al sur con Nayarit. Su capital es Culiacán, un centro industrial y agrícola de importancia, con aproximadamente 858,638 habitantes.

Sinaloa es el estado agrícola más importante de México; adicionalmente, cuenta con la segunda flota pesquera más grande del país. Este estado tiene una extensión de 57,365 kilómetros cuadrados.



Sinaloa es muy importante como productor agrícola nacional, las principales áreas de cultivo se encuentran en los climas secos y semisecos, por lo que requiere riego siendo los principales cultivos: maíz, frijol, soya, algodón, sorgo y entre otros.

En la región que presenta clima cálido subhúmedo se cultiva jitomate, sandía melón y hortalizas (pepino, zanahoria, papa, chile y tomate).

En Sinaloa la actividad económica se sustenta principalmente en su agricultura. Desde hace cuatro décadas practica la agricultura más tecnificada y moderna del país, su alta productividad le permite participar en los mercados internacionales como exportador de productos frescos de origen hortofrutícola.

La gran mayoría de las exportaciones de hortalizas, legumbres y frutas que el estado realiza son enviadas a Estados Unidos, el resto es para cubrir parcialmente los mercados de Canadá, España, Francia, Italia, Suiza, Argentina, Alemania, Holanda, Bélgica, Japón, Chile y Colombia. (SIACON; 2016. www)

Sinaloa también es importante como productor agrícola nacional, se producen más de 8 millones de toneladas anuales. A nivel nacional participa en los primeros lugares en hortalizas (pepino, tomate, calabaza, chile y berenjena), frutas (mango, melón y sandía), maíz, frijol, soya, cártamo, arroz, trigo y sorgo. (FINANCIERA RURAL: 2016)

## **GUASAVE**

**Guasave** es una ciudad del estado de Sinaloa, es la cuarta en orden de importancia en el estado y cabecera del municipio del mismo nombre. Está situada en la llanura costera del Pacífico, a la entrada del Golfo de California y en el corazón de una rica región agrícola, es considerada el "Corazón Agrícola de México".

Etimológicamente Guasave significa "Lugar entre milpas", o "Herencia en el agua"(H. AYUNTAMIENTO DE GUASAVE, 2016 www). Guasave cumplirá apenas los 56 años de haber obtenido el estatus de Ciudad en el 2010, por lo cual es considerada una de las ciudades más jóvenes del Estado de Sinaloa.

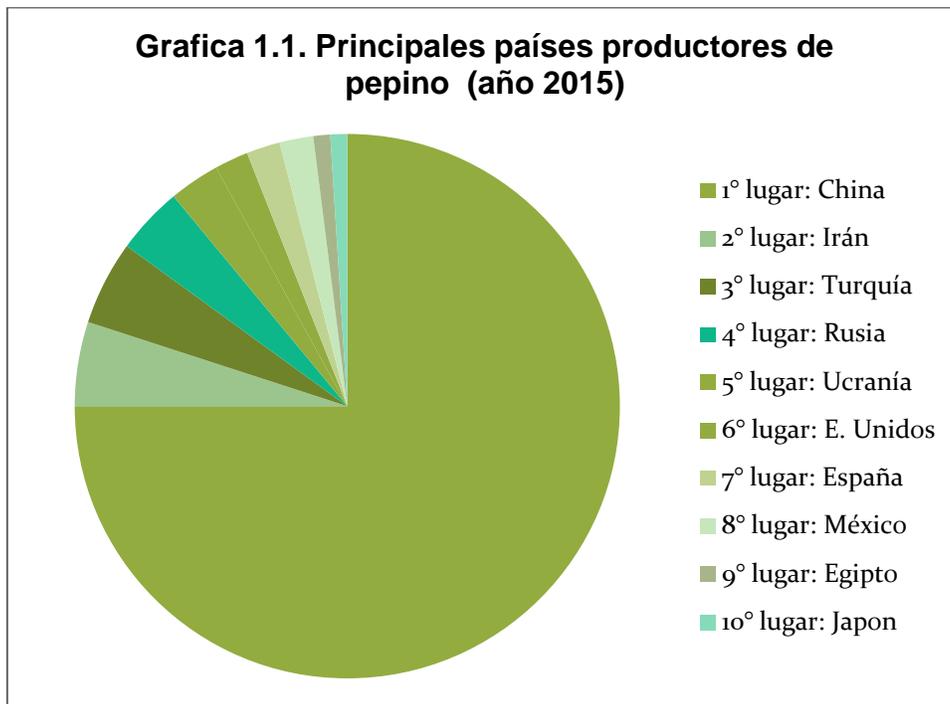
El avance y el desarrollo del municipio de Guasave se reflejan principalmente en el sector primario, especialmente en la agricultura, donde existen productores con alta tecnología. Se destaca en el octavo lugar territorial con una superficie de de 3 mil 464 kilómetros <sup>2</sup> respecto a los demás municipios del Estado.

### **1.3.3 El Pepino Mexicano**

A nivel mundial México se encuentra en el octavo lugar de países productores de pepino, los cinco primeros lugares los ocupan China, Irán, Turquía, Rusia y Ucrania. (FAO; 2015).

Dentro de la producción nacional de pepino el Estado de Sinaloa ocupa el primer lugar seguido de Michoacán, Yucatán, Baja California y Sonora. (SIACON: 2015). Esto se debe a que la actividad agrícola en Sinaloa, se caracteriza por su elevado nivel tecnológico y la diversificación de sus cultivos.

En la siguiente tabla podemos observar la participación de México como productor de pepino a nivel mundial.



FUENTE: ELABORACION PROPIA CON DATOS DE LA FAO

Durante los últimos periodos, dicha entidad ha participado con el 38% de la superficie sembrada a nivel nacional, 37% de la cosechada y 48% de la producción. El cultivo del pepino se ubica en diversas regiones, entre las que se encuentran principalmente el Valle de Guasave, el Valle de Culiacán y el Valle de Mocorito.

Las características de la entidad, así como el periodo vegetativo corto que tiene el pepino, permiten que la producción sea durante el ciclo otoño-invierno y parte del de primavera, ya que la siembra en la mayoría de las regiones comienza el 1º de octubre, mientras que las primeras cosechas se obtienen a partir del 15 de noviembre y hasta el 30 de abril.

Esto habla de un proceso de planeación por parte de los productores, situación que es determinada, sobre todo, por las condiciones del mercado. De tal forma que es posible encontrar en la entidad pepino del llamado temprano, que es el que se siembra en octubre; del tipo intermedio cuya siembra se da en noviembre, y del tipo tardío con siembra en el mes de diciembre.

La superficie de pepino sembrado en Sinaloa, se ha ubicado por arriba de las 5 mil hectáreas (FINANCIERA RURAL; 2015), lo que indica que existe un promedio ya específico de superficies, las cuales no pueden ser alteradas de manera abrupta ya que ello tendría un impacto directo en los volúmenes de exportación y con ello en la satisfacción de la demanda del mercado internacional.



El cultivo del pepino en la entidad, se lleva a cabo básicamente por el sector privado. Se considera que el sector social, al carecer de marca y de la infraestructura necesaria para la producción, trabaja generalmente financiado por algún productor privado, de tal forma que su participación apenas llega al 3% de los volúmenes totales.

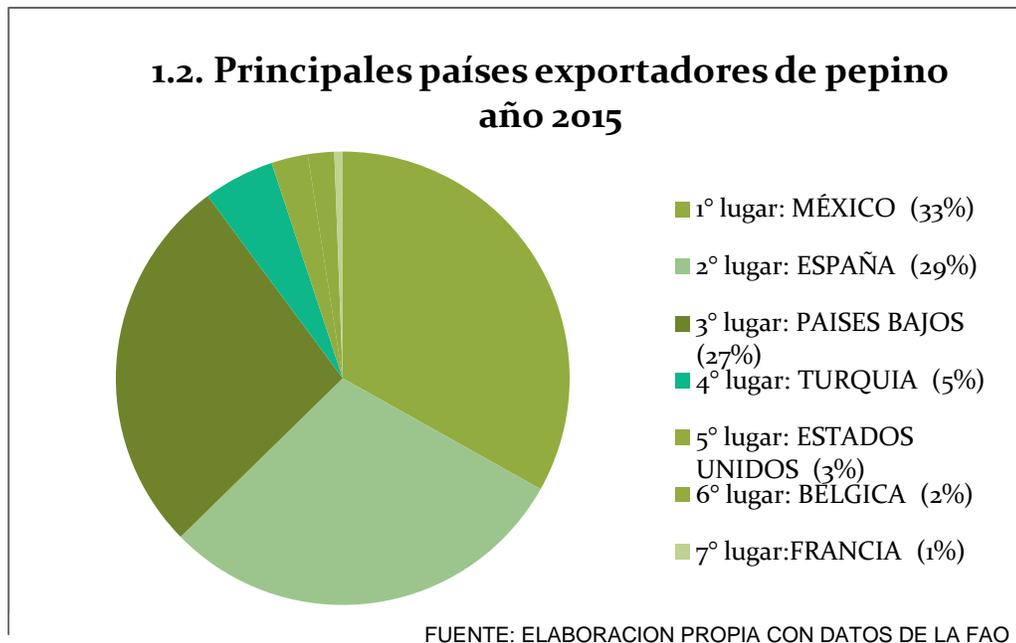
Así pues, el sector privado, agrupado en la Confederación de Asociaciones Agrícolas del Estado de Sinaloa (CAADES), cuenta no sólo con la maquinaria especializada para la producción y el empaque, sino que además con la infraestructura de transporte y distribución, que son fundamentales para la comercialización del pepino.

### 1.3.4 Exportaciones de Pepino Mexicano

México es el principal país exportador de pepino a nivel mundial (FAO; 2015), gracias a dos factores primordiales que lo diferencia de otros países exportadores: calidad reconocida a nivel mundial que distingue a nuestros productos, y la otra es el clima privilegiado y la variedad de regiones del país que producen, pues el país tiene la capacidad de producir pepino todo el año.

Enfocando nuestra atención en el Comercio Internacional se observa que la geografía productora de pepino es muy diferente a la geografía comercializadora, debido a que la mayoría de los productores mundiales reservan casi la totalidad de su producción al consumo interno.

En la siguiente gráfica nos podemos dar cuenta que los países líderes en la producción mundial de pepino, no se encuentran dentro de los principales exportadores, debido principalmente a que su producción está destinada solamente al consumo interno y no a mercados extranjeros.



Por el contrario, la producción de pepino en el estado de Sinaloa está dirigida fundamentalmente hacia el mercado de exportación. Las cifras indican que tan solo el 30% se comercializa en el mercado nacional, mientras que el 70% restante va dirigido al mercado exterior. (FINANCIERA RURAL; 2015)

Para que la producción de pepino esté garantizada, tanto para consumo interno como para el extranjero, el estado de Sinaloa cuenta con tres tipos de financiamiento: 1) financiamiento que otorgan distribuidoras norteamericanas de productos hortofrutícolas; 2) financiamiento a través de cadenas comerciales y 3) financiamiento con capital nacional. El que los productores de pepino cuenten con estos tipos de financiamiento asegura, a los distribuidores y cadenas comerciales, que el producto será entregado en tiempo y forma.

La certeza de capacidad para satisfacer la demanda de pepino en el mercado extranjero, ha generado suficiente confianza para que más países se sumen a la lista de clientes de pepino mexicano, entre los cuales podemos mencionar Chile, el cual registra un considerable consumo de hortalizas y debido a que su capacidad productora es limitada, bien podríamos valernos de todos los factores que tiene a su favor el pepino mexicano para introducir satisfactoriamente nuestro producto.

Para el año 2014 Chile alcanzó una superficie para la producción de hortalizas de 80,297 hectáreas (FAO; 2014), lo que significó una baja de 4.8% respecto al año anterior. Ahora bien podemos darnos cuenta que Chile destina al cultivo de hortalizas menos del 12% del total de hectáreas que México destina, lo cual deja claro la superioridad y capacidad de producción en México.

Así mismo también podemos observar que la producción chilena es mínima, lo que genera que en ocasiones no se pueda cubrir ni con la demanda local por lo cual es necesario recurrir a la importación, y es aquí donde México tiene las siguientes ventajas a su favor:

- a)** Existe un TLC entre ambas naciones
- b)** Gran capacidad de producción de hortalizas

- c) México es el primer exportador de pepino a nivel mundial
- d) Chile es un país latinoamericano, lo que disminuye los costos de logística al pertenecer al mismo continente.

Todas estas y otras condiciones colocan a nuestro país en una situación favorable y que debe ser aprovechada y explotada al máximo.

## **1.4.RELACIONES COMERCIALES DE MÉXICO CON EL MUNDO**

### **1.4.1 Principales acuerdos y Tratados de México con el Mundo**

La apertura comercial ha sido de tal magnitud que actualmente el país se posiciona como una de las economías más abiertas en el mundo. Algunos beneficios ligados a este proceso comercial son: el uso más eficiente de los recursos, condiciones justas para la competencia internacional, protección a la propiedad intelectual, mayor competencia y acceso a mercados, mejores precios para el consumidor, aumento del flujo del conocimiento, de la investigación, de la inversión extranjera y del comercio internacional.

La capacidad que tiene México para hacer negocios internacionales y la magnitud de la apertura comercial puede valorarse mediante los 12 Tratados de Libre Comercio, los 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Reciproca de las Inversiones (APPRI) y los 9 Acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) (SE; 2016) que ha firmado con distintos países.

Mediante la firma de los TLC´s México ha buscado realizar acuerdos regionales o bilaterales que fomenten el intercambio de bienes y servicios entre el los países que celebran el tratado de libre comercio, principalmente mediante la reducción de las barreras arancelarias. Lo anterior permite diversificar los mercados internacionales así como elevar la rentabilidad de las empresas establecidas en México, ya que mediante el comercio podrán acceder a insumos y a productos finales del exterior a precios competitivos.

**“Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”**

En síntesis, la apertura comercial y los tratados comerciales que ha firmado México ha influido en el crecimiento económico, ya que se han generado nuevas oportunidades de empleo y un incremento en los ingresos por medio del crecimiento del comercio exterior, contribuyendo así a elevar los niveles de vida.

En la siguiente tabla se enlistan los diferentes Tratados que ha firmado México con el resto del mundo.

<b>Tabla 1.1. TLC´s de México con el resto del Mundo</b>			
<b>TRATADO DE LIBRE COMERCIO</b>	<b>FECHA DE FIRMA</b>	<b>ENTRADA EN VIGOR</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
TLCAN (Estados Unidos, Canadá y México)	17 de diciembre de 1992	1 de enero de 1994	Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios.
TLC México-Costa Rica	5 de abril de 1994	1 de enero de 1995	Crear una Zona de Libre Comercio impulsando el proceso de integración regional y continental.
Grupo de los 3 (Colombia, Venezuela* y México)	13 de junio de 1994	1 de enero de 1995	Crear un espacio libre de restricciones para estimular la expansión y diversificación comercial
TLC México – Bolivia	10 de septiembre de 1994	1 de enero de 1995	Establecer una Zona de Libre Comercio con reglas claras y transparentes en beneficio mutuo en materia de comercio e inversión.
TLC Mxico- Nicaragua	18 de diciembre de 1997	1 de julio de 1988	Estimular la expansión y diversificación comercial.
<b>TLC México- Chile</b>	<b>17 de abril de 1988</b>	<b>1 de agosto de 1999</b>	<b>Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios.</b>
TLC México – Uruguay	15 de noviembre de 2003	15 de julio de 2004	Fortalecer la integración económica regional para

**“Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”**

			facilitar la libre circulación de bienes y servicios.
Acuerdo de Asociación Económica México – Japón	17 de septiembre de 2004	1 de abril de 2005	Liberalizar y facilitar el comercio de bienes y servicios entre las partes.
TLC México – Triangulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)	28 de junio de 2000	15 de marzo de 2001	Establecer una ZLC que permita avanzar en el fortalecimiento de la integración entre México y Centroamérica.
TLC México – UE	23 de marzo de 2000	1 de julio de 200	Crear un espacio comercial en un contexto de integración multinacional a través del establecimiento de una ZLC.
TLC México – Israel	10 de abril de 2000	1 de julio de 2000	Intensificar el comercio y la economía por medio de la liberación de gravámenes y restricciones arancelarias.
TLC México- AELC**	27 de noviembre de 2000	1 de julio de 2001	Crear un espacio comercial en un contexto de integración multinacional a través del establecimiento de una ZLC
<p align="center">* Venezuela se retira del grupo en el año 2006, quedando solamente México y Colombia.  ** AELC (Asociación Europea de Libre Comercio), Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.  FUENTE: Elaboración propia con base en datos de la SE y el SAT</p>			

### 1.4.2 Tratado de Libre Comercio México – Chile

#### Antecedentes y Negociaciones

En septiembre de 1991, Chile y México suscribieron un Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 17) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Este Acuerdo, que constituyó un nuevo modelo de integración entre Chile y los países latinoamericanos, se fijaba como meta intensificar las relaciones económicas bilaterales por medio de “una liberalización total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de las Partes”.

Dados los resultados del TLC; se pretende ir más allá por lo que en enero de 2006 se firmó el Acuerdo de Asociación Estratégica México-Chile, el cual entró en vigor el 21 de diciembre del mismo año.

Dicho Acuerdo tiene como objetivo la financiación de acciones conjuntas, con el objeto de estimular la cooperación en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como generar mecanismos de cooperación con terceros países.

### **Generalidades del Tratado**

Los Tratados Comerciales tienen como objetivo el incremento de los intercambios comerciales de bienes y servicios, para ello, se pactan reglas claras. El Tratado México- Chile se encuentra estipulado bajo los lineamientos de la Organización Mundial del Comercio (OMC). **El principal objetivo del Tratado es expandir y diversificar el comercio y las opciones de inversión.**

Para lograrlo se busca eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios; promover condiciones de competencia leal en el comercio; aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión; proteger y hacer valer los derechos de propiedad intelectual; establecer lineamientos para la ulterior cooperación a nivel bilateral, regional y multilateral; ampliar y mejorar los beneficios del tratado; crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del mismo, la administración conjunta y la solución de controversias. (SE: 2016)

### **Estructura del Tratado**

El Tratado está dividido en seis apartados y 20 capítulos:

Primera parte: se denominan los aspectos generales. Se divide en disposiciones iniciales y definiciones generales.

Segunda parte: se intitula comercio de bienes, se divide en dos: Trato Nacional y Acceso de Bienes al Mercado, tiene una subdivisión para las definiciones y ámbito de aplicación: trato nacional, aranceles, medidas no arancelarias, sector automotor y consultas, reglas de origen, medidas de salvaguardia y procedimientos aduaneros.

Tercera parte: aborda las normas técnicas, se divide en: medidas sanitarias, fitosanitarias y medidas relativas a la normalización.

Cuarta parte considera la inversión, servicios y asuntos relacionados. El tema de la inversión está subdividido por 4 secciones: Definiciones, inversión, solución de controversias, Comité de Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios.

Quinta parte: se consideran los temas de propiedad intelectual, se divide en: definiciones y disposiciones generales, derechos de autor y derechos conexos, marcas de fábrica o de comercio, denominaciones de origen, observancia de los derechos de propiedad intelectual y disposiciones finales.

Sexta parte: aborda las disposiciones administrativas e institucionales, se subdivide en: transparencia, administración del Tratado, solución de controversias, excepciones y disposiciones finales.

El Tratado cuenta con seis anexos: I) Trato Nacional en inversión, comercio transfronterizo, comunicaciones, energía, etc.; II) Reservas en relación con el Trato Nacional y Trato de Nación más Favorecida; considera la inversión, las minorías, las poblaciones autóctonas, las comunicaciones, la educación, etc.; III) Actividades reservadas al Estado Mexicano; IV) Excepciones al Trato de Nación más Favorecida (México considera la aviación y la pesca); V) Excepciones al Trato de Nación más Favorecida; VI) Compromisos futuros.

### **Medidas relativas a la normalización**

El TLC contiene disposiciones relativas a las medidas de normalización, es decir, las normas, los reglamentos técnicos y los procedimientos de evaluación de la conformidad que afectan, directa o indirectamente, el comercio de bienes y servicios.

Inversión y Comercio Transfronterizo de Servicios: Se establecen normas claras, transparentes y no discriminatorias, que aseguran el acceso de la inversión en sus etapas de pre y post establecimiento. Se consolida la legislación interna existente en materia de inversión extranjera, lo cual limita la posibilidad de hacer más restrictiva dicha normativa y permite que cualquier liberalización futura, que se implemente, se entienda incorporada al Tratado.

### **Reglas de Origen**

Al elaborar estas reglas se tuvo especial cuidado en que los productores de ambos países puedan beneficiarse de las disposiciones del Tratado sin modificar, en la medida de lo posible, sus fuentes normales de abastecimiento. En los procedimientos aduaneros el Tratado aborda detalladamente diferentes materias: certificación y declaración de origen, obligaciones respecto de las importaciones y exportaciones, procedimientos para verificar el origen de los bienes, resoluciones anticipadas, procedimientos de revisión e impugnación y sanciones.

### **Medidas de Salvaguardias**

El Tratado contempla un mecanismo de salvaguardias y establece reglas para la adopción de medidas de salvaguardias globales aplicables en el marco de la OMC. Como su naturaleza lo indica, estas salvaguardias se aplican sólo durante el período de transición hasta que el arancel que rige el bien sea eliminado totalmente.

### **Medidas Sanitarias y Fitosanitarias**

El Tratado establece los derechos y obligaciones aplicables al desarrollo, adopción y ejecución de medidas sanitarias y fitosanitarias. Estas disposiciones tienen como fin impedir el uso de medidas sanitarias y fitosanitarias como restricciones encubiertas al comercio, salvaguardando el derecho de cada país para adoptar las medidas para la protección de la vida o salud humana, animal o vegetal que estime conveniente.

## **Política en Materia de Competencia, Monopolios y Empresas del Estado**

El TLC reconoce la importancia de contar con legislaciones en materia de competencia que aseguren condiciones de acceso al mercado equitativas. El Capítulo 14 abarca disposiciones sobre prácticas comerciales anti-competitivas, tanto públicas como privadas, a objeto de contribuir al respeto y cumplimiento de los objetivos del Tratado. Lo anterior se logra a través de dos mecanismos: i) legislación en materia de competencia; y ii) disposiciones en materia de monopolios y empresas del Estado.

### **1.4.2.1 Evolución del Comercio con el Tratado de Libre Comercio México – Chile**

Hace casi dos décadas, Chile y México ni siquiera mantenían relaciones diplomáticas y el comercio entre ambos era muy limitado. Desde entonces, la situación ha cambiado muy favorablemente ya que el intercambio comercial entre ambas naciones creció casi ocho veces, se presentaron vigorosos flujos de bienes, de inversiones, de servicios y comunicaciones, así como intercambios culturales y turísticos.

El Tratado de Libre Comercio Chile - México es el mejor evaluado, tanto por el Gobierno como por el sector privado de Chile. Lo logrado ha sido un acierto desde todos los puntos de vista. En la siguiente tabla se reflejan la serie de resultados positivos que ha dejado el Tratado para ambas naciones:

Debido a los excelentes resultados del TLC y con miras de crear y alcanzar nuevos objetivos el Tratado se han amparado varias reuniones de la Comisión de Libre Comercio. Además, se han realizado algunas reuniones en materia de compras públicas y antidumping.

Las cifras que dan cuenta del comercio bilateral y la creciente importancia de México para los exportadores chilenos se explican, en parte, por la existencia y consolidación de las ventajas ofrecidas por el Tratado de Libre Comercio entre Chile y México.

**Tabla 1.2. Resultados del TLC México – Chile**

**RESULTADOS DEL TLC MÉXICO – CHILE**

- México se ha convertido en un socio comercial de primer nivel para Chile. En 2010, fue el segundo destino de las exportaciones chilenas en América Latina y el octavo a nivel mundial.
- Entre México y Chile existe una verdadera ZLC; la desgravación arancelaria se inició en 1992 y, actualmente, el 99.7% de los productos están totalmente libres de arancel.
- El comercio con México es el que ha tenido la mayor tasa de crecimiento desde inicio de los noventa: entre 1992 –cuando entró en vigor el ACE 17 - y 2005, el comercio bilateral creció más de 20 veces. El TLC bilateral fue, por muchos años, el mejor evaluado, tanto por el sector privado como por el gobierno, ya que no sólo ha creado comercio, sino también una institucionalidad para ir resolviendo los conflictos.
- En materia de inversiones, Chile ha materializado inversiones en México por más de US\$ 156 millones, siendo el segundo inversionista de ALADI en ese país. México, por su parte, ha materializado a la fecha inversiones por US\$ 142 millones en Chile.
- El TLC también ha tenido un considerable efecto de bienestar y ha redundado en la creación de empleos, tanto directos como indirectos.

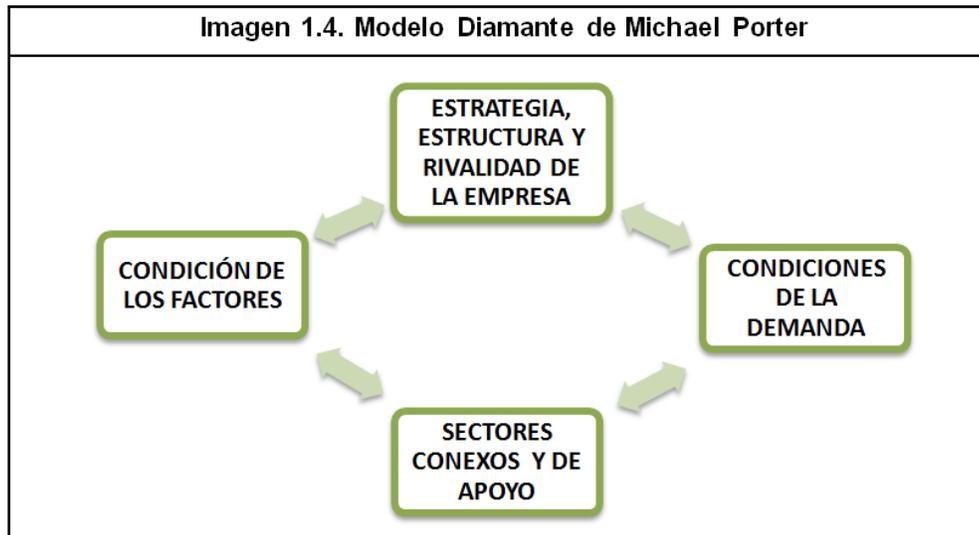
Fuente: Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales PROCHILE

## **1.5 TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL QUE SUSTENTA EL PROYECTO**

### **1.5.1 Modelo del Diamante de Michael Porter**

El modelo diamante de Michael Porter es un sistema mutuamente autorreforzante, ya que el efecto de un determinante depende del estado de los otros. El diamante es un sistema en el que el papel de sus componentes puede contemplarse por separado, y debido a que se encuentran todos interrelacionados entre sí, el desarrollo o actuación de uno siempre va a beneficiar o afectar a los otros.

El marco en el que se gestan las ventajas para que una empresa competitiva tenga éxito al abordar un nuevo mercado consta de cuatro atributos:



Todos estos atributos conforman un sistema, al cual Porter denominó "Diamante". Dos variables auxiliares complementan el marco del análisis: el gobierno y los hechos fortuitos o causales.

**Condición de los Factores:** Cuando nos referimos a la condición de los factores no estamos hablando de otra cosa sino del capital, trabajo, tecnología, infraestructura y recursos naturales con los que cuenta en este caso YORY DEL RANCHO, ya que al estar ubicado en el estado agrícola más importante de México, goza de un clima altamente propicio para producir las hortalizas de mayor calidad en la región.

A su vez el clima tan variado del que goza Guasave, Sinaloa permite que nuestra empresa tenga una capacidad de producción durante todo el año, garantizando así tanto el abasto del mercado nacional como del internacional.

Si por causas naturales ajenas a la empresa, la producción queda comprometida, YORY DEL RANCHO cuenta con otro factor muy importante como lo es la infraestructura tecnológica, que implementa los sistemas más novedoso del mercado, llámese riego por goteo, el cual además de ser más eficiente se puede emplear para la siembra tardía o es el Sistema de Cámaras, con lo cual se garantiza un producto 100% fresco en todo el año.

El factor más importante para YORY DEL RANCHO es su capital humano, es por ello que basamos nuestro ambiente laboral bajo la premisa de la Teoría Z, incrementando el amor de nuestros empleados por la compañía logrando así no solo la alta productividad sino la alta satisfacción moral de nuestros empleados. Indudablemente si nuestros trabajadores están en armonía con su trabajo los resultados se verán reflejados en la producción de las hortalizas, en este caso pepino, de la más alta calidad.

Gracias a todos los factores ya mencionados (condiciones climatológicas, infraestructura tecnología y capital humano) que YORY DEL RANCHO puede competir razonablemente en el mercado chileno.

**Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa:** gracias a las relaciones de hermandad entre la nación mexicana y la chilena existe un TLC comercial, el cual utilizado de la forma más arraigada a los sanos principios de comercio, puede ser la estrategia más importante para México, ya que otorga grandes ventajas para poder introducir nuestro producto sin tantas trabas comerciales, y de esta forma ser una empresa competitiva en el extranjero.

El hecho de que la economía se desarrolle en un ambiente dinámico, obliga a las empresas a actuar bajo ese mismo dinamismo, y YORY DEL RANCHO no es la excepción, nuestra empresa está impulsada para trabajar a la par de las empresas más competitivas en los mercados internacionales.

Ese mismo impulso de competitividad se acompaña de la innovación como empresa, principalmente en el ambiente local, ya que dentro del mercado nacional YORY DEL RANCHO es un empresa que goza de gran reconocimiento en comparación con otras empresas locales, las cuales en realidad no representan una competencia tan significativa, en contraste estamos seguros que gracias a las ventajas que nos caracterizan como una gran empresa podemos representar una seria competencia para las empresas chilenas.

**Condiciones de demanda:** para tener éxito en el mercado chileno debemos conocer a fondo las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores chilenos, ya que su comportamiento de consumo se ha ido modificando al igual que se han ido modificando los mercados internacionales.

Primeramente los consumidores chilenos son más sofisticados que en décadas anteriores, ya que han incorporado mayor confort a sus vidas y han ingresado de lleno al mundo de las tecnologías, donde aparatos tan sofisticados no solo son fundamentales para el día a día, sino también para llevar una mejor calidad de vida.

En segundo lugar, en los últimos diez años, los ingresos promedio han incrementado en todos los estratos económicos, lo cual ha impulsado un cambio elocuente en el consumo, lo que a su vez ha obligado a muchas empresas a reformular su aproximación a los clientes.

Como último punto, y el más importante, los consumidores chilenos han ido adquiriendo una conducta más estricta, muy parecida a la de países desarrollados, ya que han dejado de ser conservadores y básicos en sus gustos, brindándole mayor importancia a la información, lo que los hace más exigentes con la calidad de lo que consumen. Este aspecto marca la pauta principal para saber cómo dirigirnos a los consumidores chilenos y estar consientes que no solo buscan buen precio, sino la mejor calidad, misma que somos capaces de ofrecer.

**Sectores Conexos y de Apoyo:** es importante tomar en cuenta que actualmente se apoya a los horticultores sinaloenses para que no existan obstáculos para la comercialización de sus productos en el mercado internacional que puedan demeritar esta importante actividad productiva.

En el estado de Sinaloa con el propósito de difundir tecnologías de punta se celebran año tras año exposiciones agrícolas a través de las cuales se dan a conocer innovaciones tecnológicas como son maquinaria e implementos agrícolas de alta precisión, sistemas de riego presurizado y agroquímicos avanzados. Con lo cual el apoyo a las empresas dedicadas a la actividad agrícola se refleja en mayor crecimiento de las empresas dedicadas a la actividad agrícola.

Queda claro que el apoyo, tanto del gobierno como del sector privado, es fundamental para que las empresas nacionales figuren ampliamente en los mercados internacionales, ya que de su promoción en el exterior depende en gran medida su éxito y permanencia.

Por lo anterior descrito existe en el presente estudio una serie de similitudes entre el “Modelo Diamante de Porter” y las circunstancias que hacen posible que el proyecto sea factible y viable, por lo cual se determina que la investigación tenga su sustento teórico en dicho modelo.

# **CAPITULO II**

## **DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PEPINO Y DE LA EMPRESA**

## CAPITULO II:

### DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PEPINO Y DE LA EMPRESA

#### 2.1. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA Y EL MERCADO DESTINO

“YORY DEL RANCHO” es una gran empresa especializada en la producción y comercialización de productos agrícolas para el mercado nacional y mercados extranjeros. Contamos con la capacidad de producir hortalizas de alta calidad durante todo el año, así mismo tenemos la capacidad de cultivar suficiente producción como para abastecer a nuestro mercado nacional y buscar nuevos mercados extranjeros.

Para expandir nuestros horizontes y convertirnos en una empresa reconocida a nivel mundial en “YORY DEL RANCHO” nos hemos dado a la tarea de introducir una hortaliza de gran valor, como lo es el pepino, en un mercado que nos brinde la garantía de hacernos crecer como empresa, y es precisamente el mercado Chileno el que ha llamado nuestra atención para colocar el pepino sinaloense.

#### 2.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

YORY DEL RANCHO S.A. de S.V.



## **2.2.1 Historia de la Empresa**

YORI DEL RANCHO es el resultado del esfuerzo y entusiasmo de productores sinaloenses, que se integran al negocio de la agricultura en los años 60´s, analizando y planeando la necesidad de mejorar en forma integral la construcción de la primera empresa industrial llamada “Empaque Castro”

Después de décadas de colaboración y participación con empresas norteamericanas, la empresa adquirió la experiencia suficiente para integrarse poco a poco como una empresa organizada, creando un manual operativo que le permitió llegar a consolidarse como una empresa con un gran potencial, ahora con el nombre de “YORY DEL RANCHO”

Es así como esta empresa agricultora basa su historia en el esfuerzo de transformarse en una empresa inteligente en base a una misión-visión, valores y sueños compartidos, al aprendizaje colectivo y al compromiso con la responsabilidad de cada uno de sus integrantes.

## **2.2.2 Filosofía**

### **2.2.2.1 Misión**

Producir, comercializar y exportar productos agrícolas de calidad así como seguir creando empleo para las nuevas generaciones, hasta alcanzar la excelencia agrícola empresarial con educación y perseverancia, en todo lo que hacemos.

### **2.2.2.2 Visión**

Ser una empresa responsable en todo lo que producimos y saber a dónde queremos llegar y cómo vamos a llegar, para ser una empresa líder en el ramo agrícola, siendo proveedores de las cadenas alimenticias más importantes del mundo, gracias a nuestras bases bien cimentadas.

### 2.2.2.3 Valores

Nuestros valores y sueños se basan en:

- Respeto: tratar con respeto a cualquier área
- Honestidad: tener credibilidad y ser moralmente serios
- Sentido: no esperar más de lo real
- Trato Directo: solucionar los problemas
- Perseverancia: no desistir hasta lograr nuestro objetivo
- Calidad: hacer las cosas cada vez mejor

### 2.2.3 Organigrama



FUENTE: Elaboración propia con datos de la empresa “YORY DEL RANCHO”

## 2.3 MARCA

“YORY DEL RANCHO” es el nombre de nuestra gran empresa. “YORY DEL RANCHO” es una marca sinónimo de calidad y compromiso por lo que es reconocida tanto en el mercado nacional como en los mercados más exigentes del mundo como el de Estados Unidos.



## 2.4 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

YORY DEL RANCHO tiene sus plantaciones, empacadoras y oficinas en la ciudad de Guasave, Sinaloa.

Km. 6.5 Carretera las Glorias Guasave, Sinaloa, México. 81000

Teléfonos: (687) 8729556, (687) 8729557 Fax: 8729555

Teléfono Estados Unidos: (520) 841- 7420

## 2.5 ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA

En YORY DEL RANCHO nos caracterizamos por ser una empresa visionaria a la cual no solo nos importa introducir nuestros productos en determinado mercado, sino que vamos mas allá, desde conocer nuestras debilidades y fortalezas como empresa, tanto internas como externas, hasta darnos a la tarea de conocer al detalle a nuestros clientes potenciales.

A continuación se presenta una tabla en la que se describen las fortalezas y debilidades de la empresa YORY DEL RANCHO.

<b>Tabla 2.1. Análisis FODA de la Empresa YORY DEL RANCHO</b>	
<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• YORY DEL RANCHO se encuentra ubicado en una excelente región geográfica</li> <li>• Cuenta con un novedoso y práctico sistema de Control de Plagas</li> <li>• Gran capacidad para producir, comercializar y exportar pepino de alta calidad.</li> <li>• Precio final del producto muy competitivo.</li> <li>• Infraestructura de riego con la más alta tecnología.</li> <li>• Equipo de empaque electrónico infrarrojo.</li> <li>• Invernaderos que garantizan la capacidad de cumplimiento de pedidos.</li> <li>• Cámaras refrigeradoras que garantizan fresca al momento de entrega.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• México tiene un TLC con Chile.</li> <li>• Excelente relación comercial con Chile.</li> <li>• México es el primer exportador mundial de pepino.</li> <li>• Posicionamiento estratégico para cubrir nuevos mercados en Latinoamérica.</li> <li>• México y Chile manejan el mismo idioma.</li> <li>• Chile es uno de los principales consumidores de pepino.</li> <li>• El mercado Chileno no tiene la capacidad suficiente para producir grandes cantidades de pepino.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa no tiene experiencia en el mercado Chileno.</li> <li>• En la región en la que se encuentra la empresa se presentan desastres naturales, que en determinado momento podrían limitar la producción.</li> <li>• Nuevos competidores locales en el país destino</li> <li>• Falta de conocimiento de la legislación Chilena.</li> <li>• La empresa no cuenta con un departamento enfocado en el mercado destino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los compradores chilenos no cuentan con un amplio conocimiento de la empresa</li> <li>• Imitación de procesos por parte de la competencia local.</li> <li>• Inseguridad al que la comercializadora en Chile incrementa los precios y que esto traiga como consecuencia una reducción en la demanda de pepino.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia con información de la empresa “YORY DEL RANCHO”

## 2.6 MERCADOS Y DISTRIBUCIÓN

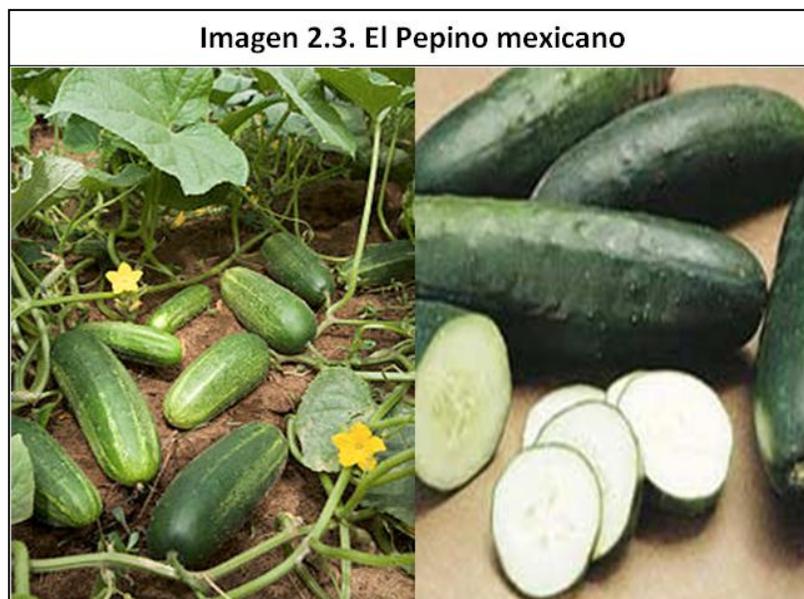
En YORY DEL RANCHO somos una empresa comprometida con los intereses y satisfacción de nuestros clientes por lo cual para hacer llegar oportunamente y con calidad nuestra producción, contamos con un sofisticado equipo de transporte refrigerado, además de que la producción diaria es sometida a un proceso de pre-enfriamiento el cual garantiza que nuestra mercancía llegara en óptimas condiciones a su destino.

Al ser una empresa con grandes estándares de calidad YORY DEL RANCHO goza de reconocimiento tanto en el mercado nacional como en mercado estadounidense por lo que a lo largo de décadas de esfuerzo a logrado obtener la confianza de este último, logrando así la aceptación de nuestros productos. Lo cual nos exige esforzarnos día con día para seguir en el gusto del cliente y al mismo tiempo para visualizar y abrimos las puertas en otros mercados.

## 2.7. ANÁLISIS GENERAL DEL PEPINO

### 2.7.1. Nombre científico del pepino.

El nombre científico es *Cucumis Sativus*, conocido popularmente como pepino, cogombro, cohombro o combro. En México y en Chile es conocido comúnmente como pepino.



## 2.7.2 Descripción y Características Generales del Pepino

El pepino, es una hortaliza de piel verde más o menos oscura o incluso amarillenta, según el cultivar, con forma cilíndrica y alargada de unos 30 cm. El interior es una pulpa blanca y acuosa con pequeñas semillas aplanadas repartidas a lo largo del cuerpo del fruto. Habitualmente se recolecta aún verde y se consume crudo.

### 2.7.2.1 Origen del Pepino

El pepino se considera originario de Asia y África, utilizándose para la alimentación humana desde hace más de 3,000 años. Fue introducido a China en el año 100 a. c. y posteriormente a Francia en el siglo IX. En Inglaterra, su cultivo comenzó a generalizarse a partir de 1327, y posteriormente pasaría a los Estados Unidos. En nuestro país, es posible encontrar antecedentes en la producción de pepino desde principios del siglo XX.

### 2.7.2.2 Forma, Tamaño y Peso del pepino

- **Forma:** El pepino posee una forma alargada que se torna redondeada en sus dos extremos. La pulpa es acuosa, de color blanquecino, con semillas en su interior repartidas a lo largo del fruto. Dichas semillas se presentan en cantidad variable y son ovales, algo aplastadas y de color blanco-amarillento.
- **Tamaño y peso:** Por norma general alcanza los 15-25 cm de longitud y 5 de diámetro (a excepción de los pepinillos que se consumen encurtidos y llegan como máximo a los 15 cm de longitud). Su peso suele oscilar entre los 30 y los 200 gramos, dependiendo de la variedad.

### 2.7.2.3 Color y Sabor

- **Color:** De piel verde con ligeros tonos amarillentos en sus extremos, contiene una carne o pulpa blanquecina en cuyo centro se encuentran las semillas.
- **Sabor:** Su sabor es algo insípido, similar al del melón no maduro.

#### 2.7.2.4 Familia a la que pertenece el pepino

El pepino es el fruto en baya procedente de una planta herbácea que recibe su mismo nombre. Pertenece a la familia de las Cucurbitáceas, al igual que frutas como la sandía o el melón y otras hortalizas como la calabaza y el calabacín.

#### 2.7.3 Técnicas de cultivo

##### 2.7.3.1 Requerimientos edafoclimáticos

- **Temperatura:** El manejo racional de los factores climáticos de forma conjunta es fundamental para el funcionamiento adecuado del cultivo, ya que todos se encuentran estrechamente relacionados y la actuación de uno de estos incide sobre el resto.
- **Humedad:** es una planta con elevados requerimientos de humedad, debido a su gran superficie foliar, siendo la humedad relativa óptima durante el día del 60-70% y durante la noche del 70-90%. Sin embargo, los excesos de humedad durante el día pueden reducir la producción al disminuir la transpiración y en consecuencia la fotosíntesis, aunque esta situación no es frecuente.
- **Suelo:** el pepino puede cultivarse en cualquier tipo de suelo de estructura suelta, bien drenado y con suficiente materia orgánica. Es una planta medianamente tolerante a la salinidad, de forma que si la concentración de sales en el suelo es demasiado elevada las plantas absorben con dificultad el agua de riego, el crecimiento es más lento, el tallo se debilita, las hojas son más pequeñas y de color oscuro y los frutos obtenidos serán torcidos. Si la concentración de sales es demasiado baja el resultado se invertirá, dando plantas más frondosas, que presentan mayor sensibilidad a diversas enfermedades.

- **Luminosidad:** el pepino es una planta que crece, florece y fructifica con normalidad incluso en días cortos (con menos de 12 horas de luz), aunque también soporta elevadas intensidades luminosas y a mayor cantidad de radiación solar, mayor es la producción.

### 2.7.3.2 Particularidades del cultivo

Para cultivos tempranos con intención de quitarlos pronto para realizar un cultivo de primavera, los marcos suelen de 1,5 m x 0,4 m ó 1,2 m x 0,5 m. Si el cultivo es más tardío o se pretende alargar la producción cubriendo los meses de invierno, habrá que ampliar los marcos para reducir la densidad de plantación, con el fin de evitar la competencia por la luz y proporcionar aireación.

- **Tutorado:** Es una práctica imprescindible para mantener la planta erguida, mejorando la aireación general de esta y favoreciendo el aprovechamiento de la radiación y la realización de las labores culturales (destallados, recolección, etc.). Todo ello repercutirá en la producción final, calidad del fruto y control de las enfermedades.
- **Poda:** En el caso de dejar caer la planta tras pasar el alambre para coger los frutos de los tallos secundarios, se recomienda no despuntar el tallo principal hasta que éste alcance unos 40 cm del suelo, permitiendo únicamente el desarrollo de dos tallos secundarios, eliminando todos los demás. Normalmente se suele realizar en variedades muy vigorosas.
- **Destallado:** Para los restantes tipos de pepino la poda es muy similar, aunque no se eliminan los brotes laterales, sino que se despuntan por encima de la segunda hoja.
- **Deshojado:** Se suprimirán las hojas viejas, amarillas o enfermas. Cuando la humedad es demasiado alta será necesario tratar con pasta fungicida tras los cortes.

### 2.7.3.3 Fertilización

La fertilización conjuntamente con un desarrollo de fenotipos cada vez más rendidores, han sido las dos vías que han causado mayor impacto en el aumento de la producción del pepino.

El pepino, como la mayoría de los cultivos, necesita de una adecuada nutrición mineral que pueda garantizar la expresión genética de las diferentes especies y variedades. Una nutrición inadecuada o desproporcionada influye desfavorablemente sobre los rendimientos y sobre la calidad de la cosecha.

Para definir la cantidad de fertilizante que deben suministrarse a una plantación de pepino, conviene realizar un análisis de suelo antes del establecimiento de la plantación y alrededor de cada tres años después de establecida la misma, además del análisis foliar que es recomendable hacerlo cada año. Estos análisis indicarán si los niveles de nutrientes en el suelo y en las plantas son satisfactorios. Así como determinarán la cantidad de fertilizante a emplear en el cultivo.

El pepino requiere de 150 a 200 kg/ha de fósforo. El fósforo se aplica en toda la siembra, así como la mitad del nitrógeno. El resto del nitrógeno se aplicará a los 22-30 días después de la siembra.

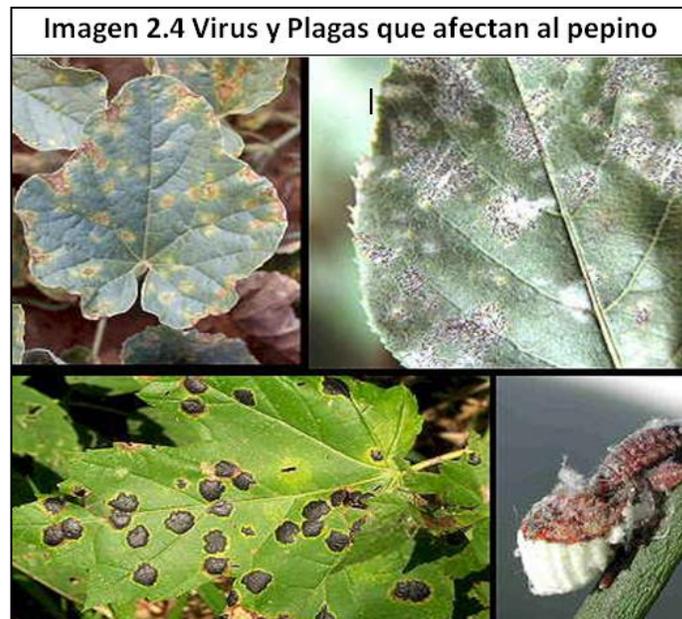
### 2.7.3.4 Virus y Plagas del pepino

Las principales plagas que afectan la cosecha de pepino son:

- **Antracnosis:** El ataque afecta las hojas, tallos y frutos. El síntoma principal son manchas color café en las hojas. En los frutos se forman manchas redondas u ovaladas de color café-pardo, que se convierten en pústulas rojizas. Para su combate se recomienda la desinfección de la semilla con fungicidas para este fin.

- **Mildiu veloso:** Esta plaga es la de mayor importancia en la estación lluviosa. El síntoma característico es la aparición de un micelio de aspecto aterciopelado, color blanco-grisáceo entre las venas del envés de las hojas, que luego se convierte en manchas cloróticas de mayor tamaño y número. Se puede combatir con clorotalonil.
- **Bacteriosis del pepino:** Ataca los tallos, hojas y frutos. En las hojas produce manchas de apariencia húmeda, de 2 a 3 mm de diámetro, color gris que se tornan negras y se caen, dejando un hueco en la hoja.

En el fruto causa lesiones en forma de manchitas que exudan una especie de goma. Se pueden combatir tratando la semilla con fungicidas para semilla, eliminando los residuos de cosecha.



La siguiente tabla describe en forma concreta los principales virus que afectan al pepino, desde los síntomas que provoca hasta su forma de combatirlo.

<b>Tabla 2.2 Principales Virus del pepino</b>			
<b>VIRUS</b>	<b>Síntomas en hojas</b>	<b>Síntomas en fruto</b>	<b>Métodos de lucha</b>
Virus del Cribado del Melón.	Lesiones necróticas	Sin síntomas	Utilizar plantas injertadas
Virus del mosaico amarillo.	Manchas verde oscuro Asimetría foliar	Abollonaduras Deformaciones	Eliminación de mala yerba. Eliminación de plantas afectadas.
Virus del Mosaico del Pepino.	Deformaciones	Manchas	Control de pulgones. Eliminación de mala plantas afectadas
Virus del Mosaico de la Sandía.	Deformaciones	Mancas y deformaciones.	Eliminación de platas afectadas

Fuente: Pagina Oficial en Internet de YORY DEL RANCHO

#### **2.7.4 Propiedades nutritivas del pepino**

Entre las propiedades nutritivas del pepino tiene especial importancia su elevado contenido en ácido ascórbico y pequeñas cantidades del complejo vitamínico B. En cuanto a minerales es rico en calcio, cloro, potasio y hierro. Las semillas son ricas en aceites vegetales.

A continuación se presenta una tabla que describe el valor nutricional del pepino.

<b>Tabla 2.3 Valor nutricional del Pepino.</b>	
<b>VALOR NUTRICIONAL DEL PEPINO</b>	
<b>(en 100 gramos de sustancia comestible)</b>	
Agua	95.7(g)
Carbohidratos	3.2 (g)
Proteínas	0.6 – 1.4 (g)
Grasas	0.1 – 0.6 (g)
Ácido ascórbico	11 (mg)
Ácido pantoténico	0.25 (mg)
Valor Energético	10 – 18 (Kcal)
Fuente: Pagina Oficial en Internet de YORY DEL RANCHO	

### 2.7.5 Clasificación arancelaria del pepino

La importancia de la clasificación arancelaria radica en que el producto o mercancías deben ser identificables de manera rápida y fácil al momento de pasar por las aduanas, con el fin de determinar su situación arancelaria, el arancel que deberá pagar y vigilar el cumplimiento de otras regulaciones que se apliquen en las aduanas.

Por la anterior mencionado, en la siguiente tabla se muestra la codificación del pepino, con base en una secuencia en su nomenclatura, pasando de lo general a lo particular.

La siguiente tabla tiene como objeto describir a detalle la clasificación arancelaria del pepino.

<b>Tabla 2.4 Clasificación arancelaria del pepino</b>			
<b>Capitulo</b>	<b>Partida</b>	<b>Subpartida</b>	<b>Fracción</b>
<b>07</b>	<b>0707</b>	<b>070700</b>	<b>07070001</b>
Fuente: Elaboración propia con datos del SIAVI (Sistema de Información arancelaria Vía Internet)			

### **2.7.5.1 Descripción del pepino mediante su clasificación arancelaria**

De acuerdo a la clasificación arancelaria del pepino y para comprender aun mejor a que se refieren el conjunto de cifras que conforman la fracción, se presenta la siguiente tabla con el desglose correspondiente a cada rubro.

<b>Tabla 2.5 Descripción del pepino mediante su clasificación arancelaria</b>		
Capitulo	<b>07</b>	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.
Partida	<b>0707</b>	Pepinos y pepinillos frescos o refrigerados.
Subpartida	<b>070700</b>	Pepinos y pepinillos frescos o refrigerados.
Fracción	<b>07070001</b>	Pepinos y pepinillos frescos o refrigerados.
Fuente: Elaboración propia con datos del SIAVI (Sistema de Información arancelaria Vía Internet)		

## **2.8 DIVERSOS USOS DEL PEPINO**

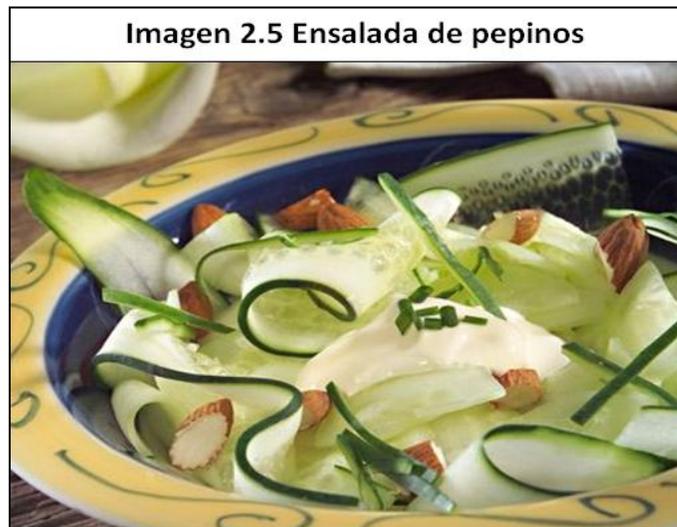
### **2.8.1 Usos culinarios del pepino**

Centrándonos en su uso culinario, como la mayoría de hortalizas, también los pepinos cuentan con diversas variedades, dependiendo de la zona en la que se hayan cultivado. Las primeras variedades que se usaron en la cocina eran demasiado amargas, por lo que los cocineros de entonces suavizaban el sabor con miel.

Actualmente, algunos expertos culinarios le añaden sal para eliminar el pequeño amargor que queda en la hortaliza o bien introducen el pepino en agua salada antes de usarlo en sus platos.

El pepino puede usarse en la cocina para platos muy diversos. Aunque lo más habitual es que se use como ingredientes en sándwiches vegetales, ensaladas refrescantes idóneas para la primavera o el verano, o en platos como el gazpacho pero también puede protagonizar otras recetas.

Así, encontramos, por ejemplo la siguiente crema fría de pepino con yogurt.



### 2.8.2 Usos medicinales del pepino

El pepino es un vegetal que ha sido utilizado desde tiempos inmemoriales por sus diversas propiedades medicinales, especialmente aquellas relacionadas con el cuidado de la piel. También es un excelente diurético y previene muchos problemas intestinales. Veamos los usos más comunes de este maravilloso fruto.

- **Para prevenir granitos y espinillas:** se corta en rodajas y se aplican en el rostro por 20 minutos actuando como tónico.
- **Como vigorizante:** Agregar un chorrito de limón y agua de rosas al jugo de un pepino. Al aplicar esta loción en el rostro se obtiene una piel vigorosa.

- **Para una piel brillante:** Prepara una mezcla a iguales cantidades de jugo de pepino y leche, agregar unas gotas de agua de rosa y aplica en la cara por 15 o 20 minutos. Esto conservará el rostro suave y brillante.
- **Para combatir las ojeras:** Mezcla una cucharada de jugo de pepino con una de jugo de papa. Aplica alrededor de los ojos con delicadeza disminuye las ojeras.
- **Como tonificante:** Combina los extractos de pepino, limón y naranja con cantidades iguales de agua de rosa, glicerina y miel. Aplicarla sobre la piel la tonifica y favorece la juventud de la piel.

Gracias a sus diversos usos culinarios o medicinales es que el pepino se considera una hortaliza con abundantes propiedades, lo que garantiza su aceptación en cualquier mercado por lo que su comercialización en el extranjero tiene grandes oportunidades.

## **2.9 PRODUCCIÓN DEL PEPINO EN YORY DEL RANCHO**

La experiencia con la que cuenta “YORY DEL RANCHO” en el mercado de las hortalizas, incluyendo el pepino, permite ofrecer una producción anual de pepino, pese a que la producción de este sea específica de la temporada invernal.

La productividad alcanzada por el cultivo del pepino, depende de la variedad y el lugar de explotación del mismo. El productor tendrá utilidad a partir del cuarto o quinto año logrando conseguir rendimientos de frutos por planta entre 30 y 40 por plantas.

### **2.9.1 Proceso de recolección de pepino en YORY DEL RANCHO**

Los pepinos se cosechan en diversos estados de desarrollo, cortando el fruto con tijeras en lugar de arrancarlo. El período entre floración y cosecha puede ser de 55 a 60 días, dependiendo del cultivar y de la temperatura. Generalmente, los frutos se cosechan en un estado ligeramente inmaduro, próximos a su tamaño final, pero antes de que las semillas completen su crecimiento y se endurezcan. La firmeza y el brillo externo son también indicadores del estado pre-maduro deseado. .

Para el consumo en fresco, los diferentes cultivares de pepino alcanzan varios tamaños cuando han llegado a la madurez comercial. El rango fluctúa entre 20 y 30 cm de largo y 3 a 6 cm de diámetro. El color del fruto depende del cultivar, sin embargo, debe ser verde oscuro o verde, sin signos de amarillosos. En el caso del pepino para encurtido, los frutos son más cortos y su relación largo/diámetro debe estar entre 2.9 y 3.1. Su color debe alcanzar una tonalidad verde claro.

### **2.9.2 Pasos para recolectar pepino en YORY DEL RANCHO**

- 1- Por tratarse de un fruto muy delicado la recolección del pepino se realiza manualmente. Una vez recolectados son llevados a las máquinas de lavado y sanitizado para asegurar que no represente ningún riesgo para la salud del consumidor. Posteriormente se cepilla y clasifica.



- 2- En el segundo paso el pepino es transportado por una maquina en canastillas las cuales están programadas con los diferentes calibres, colocando los pepinos en las tinas de acuerdo a su tamaño.



- 3- Cuando las tinas están casi llenas, son transportadas a los trabajadores que marcan y organizan el producto, para después someterlo a un proceso de pre-enfriamiento. Este paso es de suma importancia ya que es cuando se comprueba la calidad del producto pieza por pieza.



- 4- Una vez pre-enfriado el pepino mediante un sistema de aire forzado para garantizar la vida después de su cosecha, el producto es empacado en cajas que son sometidas a un proceso de calidad.



- 5- Finalmente y después de pasar el control de calidad, las cajas se colocan en pallets para su transportación. Son protegidas con esquineros para evitar que se maltraten hasta el momento de su transportación.



# **CAPITULO III**

# **ANTEPROYECTO DE EXPORTACION**

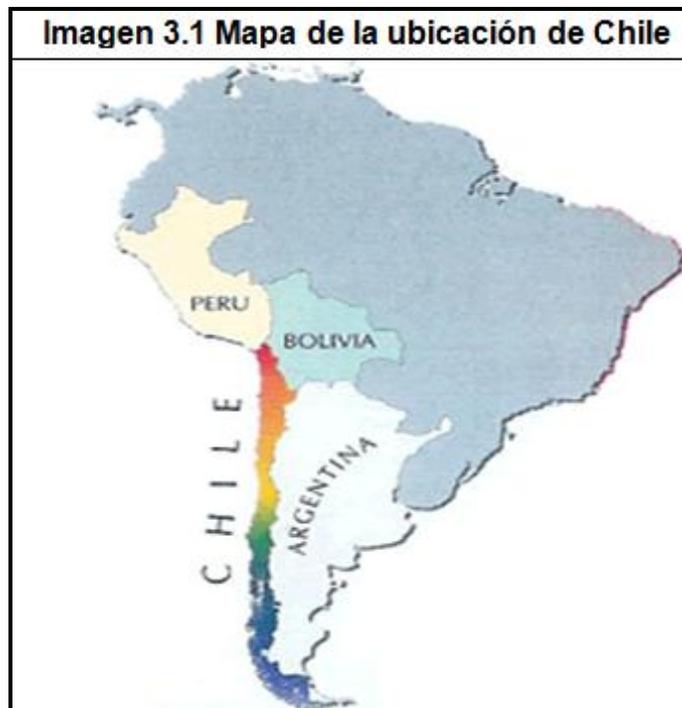
### CAPITULO III

#### ANTEPROYECTO DE EXPORTACIÓN

#### 3.1 REPUBLICA DE CHILE COMO PAÍS DESTINO

##### 3.1.1 Características y Generalidades de Chile.

Chile es un país de América, ubicado en el extremo sudeste de América del Sur. Su nombre oficial es Republica de Chile y su capital es la ciudad de Santiago. Limita al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina. Tiene una superficie territorial de 756 102,4 km<sup>2</sup> y una población total de 18 191 884 habitantes (INE).



El idioma oficial es el español. La República de Chile es un Estado Unitario Democrático y Presidencialista, conformado por diversas instituciones autónomas insertas en un esquema constitucional que determina ciertas funciones y distribuye las competencias entre los órganos del Estado.

## **Unidad Monetaria**

La moneda oficial de Chile es el peso chileno (\$). El Sistema Monetario está formado por una serie de monedas y billetes que equivalen a una cantidad determinada de pesos. La Institución encargada de su fabricación es la Casa de Moneda de Chile, de acuerdo a órdenes del Banco Central de Chile, quien también se encarga de distribuir el dinero.

## **Clima**

El clima de Chile comprende un amplio rango de condiciones climáticas a través de una gran escala geográfica que va desde el clima desértico en el norte, a la tundra y glaciares en el este y el sur, pasando por el húmedo subtropical en Isla de Pascua, el clima mediterráneo en Chile central, el clima oceánico en el sur y el clima polar en el Territorio Chileno Antártico.

## **Infraestructura interna.**

Debido a las características geográficas de Chile, la red de transportes es de vital importancia. El país cuenta con 127 helipuertos y 347 pistas de aterrizaje aéreo. Las líneas férreas, que cruzaron gran parte del país y fueron su motor de crecimiento, hoy en día se utilizan principalmente para el transporte de carga hacia los puertos.

En lo que respecta a las carreteras el país chileno cuenta con una extensión vial de 77 763,74 km, así mismo se ha producido un importante mejoramiento de estas vías gracias a los procesos de licitaciones que permitieron la construcción de más de 2500 km de autopistas de nivel internacional, destacando gran parte de la Carretera Panamericana que recorre Chile.

Dado que el 90% del comercio Chileno es vía marítima el sistema de transportación requiere imperiosamente de puertos y transporte marítimo eficientes.

A continuación se enlistan los puertos más importantes en Chile:

<b>Tabla 3.1 Principales Puertos Marítimos en Chile.</b>	
Puerto de Arica.	Puerto de San Antonio.
Puerto de Iquique.	Puerto de Talcahuano.
Puerto de Antofagasta.	Puerto de Puerto Montt.
Puerto de Caldera.	Puerto de Chacabuco.
Puerto de Coquimbo.	Puerto de Punta Arenas.
Puerto de Valparaíso.	Puerto de Puerto Williams.
Puerto de Castro.	

Fuente: Cámara Marítima y Portuaria de Chile A. G.

### Entorno económico de Chile

Chile posee una de las economías más abiertas del mundo, con bajas tarifas aduaneras y fuerte orientación a las exportaciones. Es miembro de la APEC y MERCOSUR, así mismo ha suscrito acuerdos comerciales con la Unión Europea, Estados Unidos, México y Canadá.

El Producto Interno Bruto es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de una nación en un año determinado. Es calculado por el ministerio de hacienda de cada país, generalmente en periodos anuales, pero para conveniencia de estudio algunos bancos centrales lo calculan; mensual o trimestralmente. (SAMUELSON, NORDHAUS 1999)

La economía de Chile es la quinta más grande de América Latina en términos del Producto Interno Bruto (Banco Mundial; 2014). Chile posee la renta per cápita más elevada de América Latina y también se consagra como la economía más dinámica.

### **3.1.2 Relaciones Comerciales entre México y Chile.**

La relación económica actual entre México y Chile muestra un crecimiento notable desde la entrada en vigencia del ACE17 y el TLC México - Chile, que son ejemplos claros de la relación sólida, fructífera y diversificada que ambos países han establecido en las últimas décadas, sustentadas en una buena comunicación política, en la expansión de los lazos económicos y comerciales y en la profundización de la cooperación bilateral.

En cuanto a cifras se refiere, la situación comercial entre México y Chile ha sido una de las más sanas y redituables para ambas economías, ejemplo de ello es que el intercambio comercial entre 2001 y 2009 creció un 100%, al pasar de 1,349 md a 2,704 md, lo que representa una tasa media anual de crecimiento de 9%. (BANCO DE MEXICO 2010)

En materia empresarial, después de la creación de la Cámara de Integración Chileno-Mexicana en 1998, se ha logrado el objetivo de contribuir a fortalecer y consolidar las relaciones económicas y comerciales entre ambos países.

Otra cifra importante es que el 85% de las exportaciones mexicanas a Chile son manufacturas, principalmente celulares, televisores, cables y coaxiales, tractores, automóviles de turismo, barras de hierro y abonos. El 26% de las importaciones mexicanas provenientes de Chile son manufacturas, madera, carbón vegetal, autopartes, papel y cartón. (PROMEXICO; 2014)

El desempeño actual de las relaciones comerciales entre México y Chile, se desarrolla en el creciente dinamismo, al cual ha contribuido en gran medida el TLC, sin embargo, existen además otras perspectivas favorables para crear relaciones comerciales y de inversiones más profundas, derivadas del amplio entendimiento de ambas naciones en materias políticas, económicas y comerciales.

### **3.2 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD.**

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende

de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo y la productividad de los otros oferentes del mercado.

La competitividad ha sido un factor clave en el crecimiento de YORY DEL RANCHO, por lo que al realizar el siguiente análisis de competitividad de nuestro mercado destino nos aseguraremos de estudiar todos los elementos que puedan llegar a determinar el éxito de nuestra empresa.

### 3.2.1 Clientes actuales y potenciales.

En YORY DEL RANCHO existen dos tipos de clientes:

**1.-Clientes actuales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este *tipo de clientes* es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

Los clientes actuales de YORY DEL RANCHO son cadenas distribuidoras de Estados Unidos entre las que se encuentran: SEÑOR ROBERT, MEYER, LANCE'S CHOICE Y KRYSTAL'S.



**2.- Clientes potenciales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar.

Una vez fijados los clientes potenciales, lo adecuado es concertar una entrevista por teléfono o vía correo electrónico en la cual se presentará la empresa, los productos y si es posible alguna cotización.

El cliente potencial en Santiago de Chile, con el que YORY DEL RANCHO desea hacer llegar nuestro pepino es BENDEL FRUIT S.A, quien es una de las más importantes empresas chilenas comercializadoras de frutas, vegetales, hortalizas y legumbres, integrada por productores extranjeros con más de una década en el comercio internacional.

Es importante señalar que BENDEL FRUIT también desempeña el rol de distribuidora a los supermercados de mayor importancia en Santiago de Chile.



La empresa BENDEL FRUIT S.A que inicio sus operaciones en 1989, actualmente importa una cantidad superior al medio millón de cajas. Cabe destacar que esta importadora se abastece de producción de la más alta calidad, ya que los productores que estén interesados en trabajar en conjunto con BENDEL deben ser

asesorados cuidadosamente para ofrecer un mejor producto. BENDEL FRUIT S.A forma parte de la Asociación de Importadores y Exportadores de Chile.

Las oficinas principales de BENDEL están localizadas en la ciudad de Santiago de Chile, y cuenta con servicios de packings y frigoríficos.

BENDEL FRUIT S.A, Encomenderos 253, oficina 72, Las Condes Santiago, Chile.

Teléfono: (56-2) 335.81.21

Fax: (56-2) 335. 52.39

E- mail: [bendel@bendel.tie.cl](mailto:bendel@bendel.tie.cl)

BENDEL ha logrado permanecer en el mercado a través de la satisfacción de las necesidades de sus clientes, por la vía de la importación de productos de óptima calidad y adecuación a sus estrictos requerimientos, es por ello que estamos completamente seguros que el pepino que producimos en YORY DEL RANCHO cumplirá con esos requerimientos, logrando así el objetivo de participar en el mercado chileno.

Para que la participación del pepino que producimos este llena de éxito es necesario realizar una buena promoción y publicidad del mismo y cabe mencionar que por tratarse de una venta a una importadora que posteriormente también juega el papel de distribuidora, YORY DEL RANCHO realizara esporádicamente campañas publicitarias, dando a conocer una nueva gama o una mejora del producto pero unicamente a la distribuidora y no como tal al consumidor final.

Es importante realizar una campaña publicitaria antes de introducir el producto en el mercado, para darlo a conocer, y que los clientes vayan a la tienda con la curiosidad de probar el nuevo producto y sin más, lo compren.

YORY DEL RANCHO le mostrara a BENDEL FRUIT S.A una presentación de la empresa así como el pepino que producimos su propiedades, ventajas y demas

características, así una vez que la distribuidora conozca el producto que le estamos ofreciendo podrá ofrecer al consumidor final una buena campaña publicitaria.

Posteriormente de la presentación de la empresa y una vez finalizado el trato de compra – venta, YORY DL RANCHO y la importadora y distribuidora BENDEL FRUIT procederán a la firma del *contrato de distribución* el cual lo podemos definir como el contrato por medio del cual el distribuidor (comprador) se obliga a adquirir, comercializar y revender, a nombre y por cuenta propia, los productos del fabricante (vendedor) en los términos y condiciones de reventa que éste señale.

### **3.2.2 Competencia directa e indirecta.**

**Competencia directa:** Son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir, buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo.

Dentro de la competencia directa de YORY DEL RANCHO están las diferentes cadenas de distribuidoras o supermercados que al igual que nuestro cliente ofrecen el pepino proveniente de algún otro proveedor competitivo.

Actualmente existen 3 grandes importadoras o distribuidoras de pepino localizadas en Chile, a las cuales podemos ver como grandes competidores:

- Distribuidora FRUTA FRESH Premium Quality. Es una de las más importantes exportadoras, importadoras y distribuidoras de frutas, verduras y hortalizas en Chile (Alcántara 200, Piso 6, Las Condes Santiago de Chile. CP 75500159)
- Importadora BROWN Ltda. Es una importante comercializadora e importadora de productos agrícolas, entre los que destacan principalmente vegetales y algunas hortalizas (Calle Larga 2389, Los Andes, Valparaíso (V) Chile. Teléfono (34) 461888)
- Agrisouth Estates Chile S.A. No solo es una importadora y distribuidora sino que también es una productora de productos agrícolas de gran calidad, tiene

reconocimiento en todo el territorio chileno. (Camino Orilla de Maule 1342, Casilla 17-D, San Javier, Chile. Teléfono: 56 73 328 100, Fax: 56 73 328 105. E-mail: agrisouth@ agrisouth.cl)

**Competencia indirecta:** La forman todos aquellos negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos, llámese: mercados, recauderías, tiendas locales, etc.

### **3.3 REGULACIONES SANITARIAS Y FITOSANITARIAS**

Las medidas sanitarias y fitosanitarias se definen como las aplicadas para: proteger la vida de las personas o de los animales de los riesgos resultantes de la presencia de aditivos, contaminantes, toxinas u organismos patógenos en los productos alimenticios (OMC; 2015)

Así mismo quedan incluidas las medidas sanitarias y fitosanitarias adoptadas para proteger la salud de los peces y la fauna silvestre, así como para preservar los bosques y la flora silvestre. Genéricamente se les denomina fitosanitarias cuando se refieren a productos que provienen del reino vegetal, y zoosanitarias cuando son aplicables a mercancías provenientes del reino animal.

Dentro de los aspectos básicos para cubrir las regulaciones sanitarias en cualquier país al momento de que un producto entre a su territorio se encuentra los que van desde la certificación del proceso de producción hasta pruebas de laboratorio del producto.

Tenemos, por ejemplo, las regulaciones sanitarias que tienen que ver con los procesos de producción:

- **Proceso de producción:** la entidad reguladora puede establecer normas sanitarias a los métodos o procesos de producción de un producto. En términos generales, están contenidas en lo que se denomina Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). El objetivo principal es elaborar un producto alimenticio que no represente riesgo para la salud del consumidor.

Otro concepto relacionado con este aspecto es la aplicación del sistema Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) el cual se reconoce como una herramienta para garantizar la seguridad en un alimento a través del monitoreo y control de los puntos críticos de un proceso productivo, en el que son verificados siete aspectos fundamentales, los cuales son:

1. Instalaciones físicas.
2. Equipo y utensilios.
3. Operación sanitaria.
4. Proceso de elaboración y su control.
5. Instalaciones sanitarias y su control.
6. Almacenamiento y distribución de alimentos.
7. Personal

En la aplicación de este sistema han sido detectados los siguientes puntos como fuente principal de contaminación:

- |                             |                                      |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| - Materia prima             | - Desagües y alcantarillas           |
| - Agua y hielo              | - Personal                           |
| - Localización de la planta | - Almacenamiento y transporte        |
| - Aire                      | - Diseño y construcción de la planta |
| - Equipo y utensilios       |                                      |
| - Sistemas de ventilación   |                                      |
| - Insectos y roedores       |                                      |

- **Buenas Prácticas Agrícolas:** en el mercado chileno las autoridades sanitarias aplican varias medidas para asegurar la inocuidad de los alimentos. Para

ingresar a este mercado, habrá que tomarlas en cuenta, en virtud de que aplican tanto a los productos nacionales como a los importados.

- **Uso de pesticidas y fertilizantes:** El uso de plaguicidas y fertilizantes autorizados en los productos agrícolas está estrictamente regulado en Chile. Cabe señalar que la entidad competente de este país establece niveles máximos permitidos de residuos de estas sustancias en los productos alimenticios, frescos o procesados.
- **Pruebas de laboratorio:** Incluye métodos de análisis mediante los cuales se detecta el contenido de sustancias tóxicas y residuos presentes en los alimentos.
- **Inspecciones:** en Chile existen mecanismos de inspección de productos para verificar el cumplimiento de las regulaciones establecidas.
- **Certificaciones sanitarias:** Las autoridades sanitarias deben entregar a los productores o exportadores un certificado que demuestra que se han cumplido con las regulaciones.
- **Regímenes de cuarentena:** Tratamientos establecidos para eliminar plagas y/o ubicar el producto de importación en una zona denominada área de cuarentena hasta que esté libre de plaga.
- **Determinación de zonas libres de plagas y enfermedades:** Es la calificación que otorga la autoridad sanitaria de este país a las zonas productoras de un país exportador, en este caso México, cuando se considera que están libres de plagas y enfermedades, por tanto, permite la importación de bienes producidos sólo en esas zonas. Aquí resulta importante la labor coordinada que realizan las autoridades sanitarias de ambos países.

### 3.3.1 Regulaciones Sanitarias y Fitosanitarias en Chile.

Un requisito fundamental para entrar al mercado chileno es que los productos agropecuarios importados sean inocuos y no planteen riesgos para la salud de las personas, los animales y las plantas. Con objeto de garantizar esa inocuidad y evitar la introducción de enfermedades y plagas, Chile ha adoptado medidas para proteger la vida o la salud de las personas y los animales (medidas sanitarias) y también medidas para proteger la sanidad de las plantas (medidas fitosanitarias).

Basado en el Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC, el país chileno ha definido sus propias medidas apoyándose en la reglamentación de 3 importantes Organismos Internacionales: la Comisión del Codex Alimentarius, la Organización Mundial de Sanidad Animal y la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria.

Estas regulaciones suelen ser muy estrictas pero eficientes, es decir, buscan asegurar la máxima eficacia preventiva causando el menor daño comercial. La variación de las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias depende de las condiciones en que se concibió el producto desde su país de origen, clima, riesgos sanitarios, tipo de embalaje, entre otros y las capacidades institucionales sanitarias de ese país.

Cada país cuenta con entidades responsables de establecer y hacer cumplir las regulaciones en la materia para los productos agropecuarios y pesqueros que se comercializan, procesados o no.

En México, las regulaciones sanitarias que podrán ser aplicadas a ciertos productos, incumben a:

- Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)
- Secretaria de Salud (SS)
- Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)

A su vez en Chile, las regulaciones sanitarias que podrán ser aplicadas a ciertos productos, incumben a:

- Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) del Ministerio de Agricultura.
- Ministerio de Salud (Minsal), a través del Departamento de Salud Ambiental.
- Agencia Chilena para la Calidad e Inocuidad Alimentaria (ACHIPIA)
- Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA)

Los principales elementos comunes del capítulo sanitario y fitosanitario del Tratado Comercial vigente entre México y Chile, son los siguientes:

- Se reconocen como autoridades competentes a la Oficina Internacional de Protección Fitosanitaria (OIE), a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) y a la Comisión del Codex Alimentarius (CODEX)
- Cada país firmante podrá establecer, adoptar, mantener o aplicar cualquier medida sanitaria o fitosanitaria que regule la protección de la vida, la salud humana o animal y la sanidad vegetal.
- Cada país asegurará que sus medidas sanitarias o fitosanitarias se basen en principios científicos, se mantengan únicamente cuando exista una base científica que las sustente y se basen en una evaluación de riesgo adecuada a las circunstancias, la cual debe tomar en cuenta los siguientes factores:
  - La información científica y técnica disponible.
  - La existencia de plagas y enfermedades
  - Los puntos críticos de control en los procesos de producción, manejo, embalaje y transporte.
  - Las condiciones ecológicas y otras condiciones ambientales que deban considerarse.
  - Los métodos pertinentes de inspección, muestreo y prueba.
  - Las medidas cuarentenarias y tratamientos aplicables que satisfagan al país importador en cuanto a la mitigación del riesgo.

- Cada país tomará en cuenta el riesgo vinculado a la introducción, establecimiento y diseminación de una plaga o enfermedad cuando corresponda, de acuerdo con los siguientes factores económicos:
  - La pérdida de producción o de ventas en caso de entrada, establecimiento o diseminación de una plaga o enfermedad.
  - Los costos de erradicación de la plaga o de la enfermedad en su territorio.
  - La relación costo –beneficio de otros posibles métodos para limitar el riesgo.
  
- Los países reconocerán la equivalencia de sus respectivas medidas sanitarias y fitosanitarias, es decir, el país importador aceptará una medida establecida, aplicada o mantenida por el país exportador como equivalente siempre que demuestre con información científica y con métodos de evaluación de riesgo que dicha medida alcanza el nivel adecuado de protección requerido por el país importador.
  
- Los países desarrollarán criterios y procedimientos para la armonización de métodos de muestreo, diagnóstico, inspección y certificación de animales, vegetales, sus productos y subproductos, así como lo relativo a inocuidad de alimentos.

Finalmente, para obtener el Certificado de Ingresos del producto es necesaria la aprobación de los organismos inspectores correspondientes, así como la previa entrega de documentación sanitaria y comercial, y un Certificado Sanitario (exenta de determinadas materias dañinas o Fitosanitario libre de enfermedades) del producto emitido por el país exportador.

### 3.4 NORMAS DE CALIDAD

Además de las regulaciones no arancelarias relativas a etiquetado, sanitarias y técnicas, el exportador puede verse obligado a cumplir con normas de calidad, dependiendo del producto que vaya a exportar.

#### 3.4.1 Normas de calidad para productos frescos

A la fecha, existen alrededor de 46 normas de calidad para diferentes productos hortofrutícolas frescos, entre los que se encuentran: manzanas, peras, espárragos, aguacate, brócoli, pepino, cítricos, champiñones, ajo, kiwi, lechugas, melón, cebollas, espinacas, uva de mesa, jitomate y sandías.

En cualquier caso, las frutas y vegetales deben estar:

- Intactas
- Sanas
- Libres de daño y / o deterioro causado por el frío
- Libre de cualquier humedad anormal externa
- Libre de cualquier olor o sabor extraño

En este caso el pepino debe haber sido cuidadosamente seleccionado y alcanzado un grado apropiado de desarrollo y madurez. Este grado de desarrollo y madurez deber ser de tal naturaleza que le permita al fruto soportar el transporte y manejo de los empaque para llegar de una manera satisfactoria al mercado de destino.

El grado de coloración debe ser tal que, según su variedad y clase, alcance su color normal en el punto de destino. Dependiendo de la variedad, su color debe ser adecuado en cuanto menos una tercera parte del lote que se esté importando. Evidentemente, existen cartas de colores para cada fruto para poder evaluar la coloración de los embarques.

### 3.4.2 Normas de Calidad Genéricas

Existen normas internacionales de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países, destinadas a asegurar que las mercancías cumplan con requisitos mínimos de durabilidad y funcionamiento.

En el ámbito mundial existen diferentes normas tendientes a establecer un sistema de aseguramiento de la calidad, en donde las más conocidas y aceptadas en la mayoría de los países son aquellas que ha establecido la International Organization for Standardization (ISO).

La ISO es una organización internacional dedicada a la elaboración de normas que abarcan todos los campos técnicos en diferentes sectores incluyendo a los proveedores de servicios.

Esta organización cuenta con un sistema que denomina Sistema de Administración ISO, que incluye, entre otras, las familias de normas ISO 9000 e ISO 14000, las cuales se han constituido como el lenguaje internacional de las operaciones empresa – empresa.

Por su naturaleza genérica, la familia de normas ISO 9000 de un sistema de administración de la calidad, aplica a todo tipo de empresas, sin importar su giro de negocio o tamaño, incluyendo a la pequeña y mediana empresas (PYMES).

La ISO ha trabajado en la determinación de normas internacionales sobre sistemas de administración ambiental. Éstas se relacionan con los pasos que deben seguir los fabricantes de mercancías y las empresas de servicios para cumplir con los criterios internacionalmente aceptados de manejo ambiental. El acatamiento de estas normas será un factor competitivo para las empresas exportadoras.

Cabe indicar que la ISO ha desarrollado más de 350 normas internacionales para el monitoreo de aspectos ambientales en calidad de aire, agua, tierra, ruido y radiación, entre otros temas. En muchos países, estas normas sirven como base para establecer sus regulaciones sobre medio ambiente.

El propósito fundamental de la serie ISO 14000 es proveer herramientas para asistir en la implementación de acciones encaminados al logro de una gestión más eficaz y racional del ambiente en las empresas y organizaciones. La familia de la ISO 14000 ofrece herramientas para el control y mejoramiento de los aspectos ambientales, lo que también implica:

- Racionalización en el uso de materia prima
- Reducción en el uso de energía
- Reducción en la generación de desechos
- Uso de recursos renovables

### **3.4.3 Normas técnicas**

Las normas técnicas establecidas en cada país especifican las características y propiedades técnicas, así como, en ciertos casos, métodos de manufactura, que debe cumplir una mercancía para un mercado específico. Con estas normas se garantiza a los consumidores que los productos que adquieren cuentan con la calidad, la seguridad y métodos de fabricación adecuados para proporcionarles la utilidad buscada.

Dichas normas se señalan en documentos aprobados por una institución reconocida que establece, para uso común y repetido, reglas, directrices o características para bienes o procesos cuya observancia no sea obligatoria.

Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. Sin embargo, se distinguen las que condicionan una o varias de las características siguientes: durabilidad, dimensiones, resistencia, inflamabilidad, seguridad en el uso, toxicidad, estanqueidad y ergonomía.

Las pruebas técnicas pueden ser efectuadas por los laboratorios autorizados, o bien, por las asociaciones o los institutos que las establecieron. Estos mismos pueden emitir su certificación. Por su parte, es normal que la entidad que realice la certificación le solicite una cantidad específica de muestras, información técnica, etcétera.

### 3.4.4 Normas Chilenas Oficiales

En el país chileno las Normas ayudan a mejorar la calidad, la seguridad y la competitividad entre las empresas, ya que especifican la calidad de un producto o servicio, al definir el conjunto de propiedades o características requeridas para cumplir su función de uso en forma satisfactoria.

Según el Instituto Nacional de Normalización (INN) las Normas Chilenas Oficiales **(NChOf)** sugieren reglas, criterios o características para las actividades o sus resultados y procuran la obtención de un nivel óptimo de ordenamiento en un contexto determinado.

Algunos beneficios de la implementación de estas Normas son:

- Reduce las barreras técnicas al comercio.
- Optimiza el uso de los recursos productivos en las empresas.
- El usuario tiene mayor información para escoger los productos más aptos y seguros.
- Promueve la transferencia en el uso de nuevas tecnologías

Según la concepción internacional, la norma es voluntaria y se transforma en obligatoria cuando está considerada en una reglamentación dictada por la autoridad en carácter obligatorio, donde su incumplimiento implica sanción; especialmente cuando abarca aspectos relacionados con salud y seguridad de personas, información al consumidor y medio ambiente.

### 3.5 BARRERAS COMERCIALES

Las Barreras Comerciales son restricciones al comercio exterior, que se traducen en una alza en los derechos arancelarios o en otro tipo de limitaciones, con el objeto de impedir la importación de ciertas mercancías, ya sea para equilibrar la balanza comercial del país, para proteger la producción nacional o para incrementar el intercambio entre un grupo de países.

Las principales barreras para el acceso a mercados internacionales comprenden las del tipo arancelario y no arancelario.

### **3.5.1 Barreras arancelarias**

Para entender en qué consiste una barrera arancelaria, es importante entender el concepto y aplicación de un *arancel*. Este es un impuesto aplicado a los bienes importados de un país. Cuando un buque arriba a un puerto aduanero, un oficial de aduanas inspecciona el contenido de la carga y aplica un impuesto de acuerdo a la tasa estipulada para el tipo de producto.

Como barreras arancelarias destacan entre otros los aranceles, las cuotas de importación, permisos de importación, normas técnicas, exceso de reglamentaciones, sistemas bancarios múltiples, subsidios locales del gobierno, embargos, monedas no convertibles, elevados costos financieros de importación, falta de transparencia en la mercancía de importación, legislación sanitaria y fitosanitaria, regulaciones ambientales, sistemas de defensa al consumidor, requisitos de empaque y etiquetado, leyes e impuestos antidumping y establecimientos de precios oficiales.

En general Chile posee pocas barreras comerciales a las Importaciones y a la inversión, por lo tanto las empresas extranjeras tienen la misma protección y operan bajo las mismas condiciones que las empresas locales.

### **3.5.2 Barreras No Arancelarias**

Se entiende por barreras no arancelarias las "leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado". Por ende, incluyen tanto normas legales como procedimientos administrativos no basados en medidas explícitas, sino en directivas informales de instituciones y gobiernos.

Por su naturaleza, estas regulaciones resultan más difíciles de conocer, interpretar y cumplir, lo que ocasiona que en muchos casos no sean tan transparentes, ya que se originan en varias fuentes y, al igual que los aranceles, pueden ser modificadas en tiempos relativamente cortos.

No obstante que el número de regulaciones no arancelarias existentes en los diferentes mercados es muy amplio, algunas son más conocidas y se emplean con mayor frecuencia en el comercio internacional de mercancías.

Es importante tener en consideración que, en muchos casos, aunque el exportador pueda obtener una preferencia arancelaria, parcial o total para su producto, al llegar a la aduana del país importador la mercancía puede ser detenida por no cumplir con alguna regulación no arancelaria, de ahí la importancia de conocer estas disposiciones antes de exportar, para que el producto cumpla con éstas.

Para fines prácticos, estas regulaciones se dividen en dos clases: las cuantitativas y las cualitativas.

- **Regulaciones no arancelarias cuantitativas:** se aplican a cantidades de productos que se permiten importar a un país o establecer contribuciones cuantificables a las que se sujetan esas mercancías distintas del arancel.
  - Permisos de exportación e importación
  - Cupos
  - Medidas contra prácticas desleales del comercio internacional: discriminación de precios y subvención.
  
- **Regulaciones no arancelarias cualitativas:** Las segundas tienen que ver con el producto en sí mismo y/o sus accesorios (envase, embalaje, entre otros) sin importar la cantidad; estas medidas se aplican a todos los productos que se deseen introducir a un país y no sólo a una cierta cantidad de ellos.
  - Regulaciones de etiquetado
  - Regulaciones de envase y embalaje
  - Marcado de país de origen
  - Regulaciones sanitarias
  - Normas técnicas
  - Regulaciones de toxicidad
  - Normas de calidad

- Regulaciones ecológicas, entre otras

### **3.6 COMERCIALIZACIÓN**

El principal objetivo de la comercialización es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor final a través de un conjunto de actividades relacionadas entre sí.

Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

La comercialización involucra actividades como desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento, entre otras.

Las acciones que encierra la comercialización son imprescindibles para concretar la venta de los productos de la empresa y así obtener la satisfacción del cliente. Entre estas acciones podemos mencionar: telemarketing, e-mail Marketing, ventas, técnicas de ventas, publicidad, merchandising, marketing, mercadeo, ferias y exposiciones.

#### **3.6.1 Canales de Distribución**

El Canal de Distribuidor es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Se puede hablar de dos tipos de canales:

- **Canal directo:** El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios.
- **Canal indirecto:** Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final.

Dentro de los canales indirectos el tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto así podemos distinguir entre canal corto y canal largo.

- **Canal corto:** sólo tiene dos escalones, es decir, existe un único intermediario entre fabricante y usuario final. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño, entre otros, en que los minoristas o detallistas tienen la exclusividad de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras.
- **Canal largo:** intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación.

En el caso de YORY DEL RANCHO, nosotros como exportadores venderemos nuestro producto, pepino, a la importadora chilena BENDEL FRUIT, quien posteriormente lo distribuirá a las cadenas de supermercados más importantes en Santiago de Chile, las cuales se encargaran de llevar el producto a los consumidores finales.

Cabe mencionar que los supermercados de mayor importancia en Santiago de Chile son los siguientes:

- Acuenta
- Supermercados Diproc
- Economax
- Hipermercados Jumbo
- KeyMarket
- Unimark

En Santiago de Chile el fenómeno de los supermercados ha traído como beneficio la formalización, el reconocimiento de calidad e inocuidad como un atributo que facilita el ingreso al mercado y ha generado mayor conciencia sobre la importancia del abastecimiento continuo y confiable de los productos, lo que a nosotros nos garantiza de cierta forma un gran recibimiento en este mercado.

### **3.7 PASOS A SEGUIR PARA PODER EXPORTAR A CHILE**

#### **1.- Contar con un Registro Federal de Contribuyentes (RFC)**

El trámite para inscribirse en el RFC se realiza en la Administración Local de Asistencia al Contribuyente del Servicio de Administración Tributaria (SAT), que corresponda al domicilio fiscal de la empresa (Persona Física o Moral).

En Chile cualquier persona moral o jurídica puede importar mercancías, solamente es exigible que cuente con una identificación tributaria conocida como RUT (Rol Único Tributario). En México este RUT es el equivalente al RFC.

#### **2.- Despacho Aduanero:**

Una parte importante de la exportación es el despacho aduanero, que consiste en el conjunto de actos y formalidades que se deben realizar en la aduana, relativos a la salida de mercancías del territorio nacional.

Para llevar a cabo el despacho aduanero, el exportador mexicano deberá presentar ante la aduana (aérea, interior, fronteriza o marítima), por conducto de un

agente aduanal o de un apoderado aduanal, un pedimento de exportación que ampare la operación.

El despacho aduanero solamente se puede realizar por conducto de un agente aduanal o de un apoderado aduanal, quienes están legalmente autorizados para actuar a nombre del exportador.

### **3.- Documentos Aduaneros**

Dentro de los documentos obligatorios para todo tramite de importación en Chile, se encuentran los siguientes:

- La factura comercial o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías.
- Los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, que se hubieran expedido de acuerdo con la Ley de Comercio Exterior
- El agente aduanal o el apoderado aduanal deberán imprimir en el pedimento su respectivo código de barras o usar otros medios de control que se establezcan.

Los documentos que se anexan al pedimento los debe proporcionar el exportador a su agente aduanal, incluyendo:

- Carta de encargo (comúnmente conocida como “carta de encomienda”), en donde el exportador encarga al agente aduanal que realice el despacho aduanero.

En ésta deben establecerse por lo menos los siguientes datos:

- Datos de la empresa exportadora que confiere el encargo.
- Datos del agente aduanal a quien se le confiere.
- Fecha y lugar.
- Tipo de mercancías.
- Valor y cantidad.
- Régimen aduanero de exportación.
- Aduana de exportación.

Además el agente aduanal podrá solicitar al exportador los siguientes documentos:

- Copia del Registro Federal de Contribuyentes.
- Carta de instrucciones para el embarque de la mercancía.
- Reservación en la agencia naviera en la que se efectuará el embarque de la mercancía, en caso de tratarse de un despacho por aduana marítima; si no se cuenta con dicha reservación, dar instrucciones a la agencia aduanal para que la solicite por cuenta del exportador.

Si se trata de contenedores, solicitar su oportuno envío para cargarlos con la mercancía que se exportará y tenerlo listos para su embarque con tres días de anticipación.

Si la clase o naturaleza de la mercancía así lo requiere, deberá agregarse lo siguiente:

- Permisos o autorizaciones,
- Certificados de análisis químicos.
- Lista de empaque.

#### **4.- Lista de Empaque**

La lista de empaque (“Packing List”), es un documento que permite al exportador, transportista, compañía de seguros, aduana y al comprador, identificar el contenido y tipo de cada bulto (caja, atado, tambor, etc.), en donde se encuentran contenidas las mercancías para su transporte; por ello debe realizarse una lista de empaque metódica que coincida con la factura, lo cual significa para el exportador que durante el transporte de sus mercancías dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo, ya que, en caso de percance, se podrán hacer las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros u otras.

## **5.- Certificado de Origen**

El certificado de origen es, formalmente, el documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando se pretende tener acceso a tratamientos arancelarios preferenciales.

Hasta hace poco, el certificado de origen por lo general acompañaba a cada embarque. Sin embargo, a raíz de los tratados México ha firmado recientemente, este mecanismo se ha modificado, por lo que actualmente un certificado de origen puede amparar varias operaciones y ser válido hasta por un año. En cada tratado o acuerdo de comercio se considera el uso del certificado de origen, lo que permitirá que el empresario mexicano goce de preferencias arancelarias en los mercados destino.

### **3.7.1 Etiquetado**

Las normas de etiquetado se encuentran entre las principales regulaciones no arancelarias, ya que inciden en la mayoría de las mercancías que se exportan o se importan, particularmente si están destinadas para su venta al consumidor final.

En algunos países se requiere que este requisito sea cumplido por los fabricantes o exportadores en el país de origen, para que la mercancía esté debidamente etiquetada al momento de ingresar a la aduana del país importador.

Cabe señalar que la etiqueta no sólo sirve para que el consumidor conozca la marca del producto que va a adquirir, sino también el país de origen, quién lo produce, cantidad, ingredientes y características, entre otros aspectos.

La información debe presentarse en el idioma del país importador, con un tamaño de letra proporcional a las dimensiones de la etiqueta, según se establezca en las regulaciones de cada país, para que el consumidor la pueda leer con facilidad en condiciones normales de compra.

Asimismo, habrá que tomar en consideración las regulaciones adicionales que los estados o provincias que conforman cada país puedan establecer para ciertos productos.

Es importante tomar en cuenta que, como toda regulación, las normas de etiquetado pueden modificarse en cualquier momento, por ello es conveniente asegurarse de que se cuenta con la información vigente.

### **3.7.1.1 Normas de etiquetado establecidas en Chile**

Los importadores deberán someter las etiquetas a la Secretaria Regional Ministerial de Salud (SEREMI de Salud) para su revisión y aprobación antes de la importación y deberán presentar la siguiente información:

- 1.- Nombre del producto.
- 2.- Contenido neto en unidades métricas.
- 3.- Nombre y dirección del fabricante, envasador, distribuidor o importador.
- 4.- País de origen.
- 5.- Fecha de fabricación o envasado (puede utilizarse el No. De lote)

6.- Fecha de caducidad.

7.- Lista de ingredientes en concentración decreciente incluyendo cantidad o porcentaje.

8.- Lista de ingredientes de cualquier aditivo alimenticio utilizado en la materia prima y que pueda transferir al alimento suficientemente como para provocar cualquier función.

9.- Instrucciones de almacenaje, incluyendo refrigeración si las condiciones lo requieren para satisfacer un periodo mínimo de duración o para garantizar la fecha de caducidad establecida.

10.- Lista de aditivos en concentración decreciente.

11.- Instrucciones de uso para productos que lo requieran.

En Chile se requiere etiquetado nutricional para productos procesados y debe contener (Titulo 2, Párrafos 114-120 del Decreto 977 del Ministerio del Ministerio de Salud).

- Valor energético en calorías.
- Cantidades de proteínas, carbohidratos y grasas en gramos.
- Cantidades de cualquier otro nutriente, fibra dietética y colesterol.

### **3.7.2 Empaque y Embalaje**

Los empaques y los embalajes tienen como finalidad principal proteger los productos durante las etapas de transportación y almacenaje, para que lleguen en óptimas condiciones al consumidor final. Se entiende por empaque al envoltente que se utiliza para proteger el producto y para presentarlo al consumidor, tales como cajas, frascos, sobres, latas, etc.

Las regulaciones de empaque tienen que ver con la calidad de los materiales utilizados en la fabricación del mismo, niveles de resistencia, forma de presentación de la información del producto y tratándose de productos alimenticios, verifican la no existencia de sustancias nocivas a la salud.

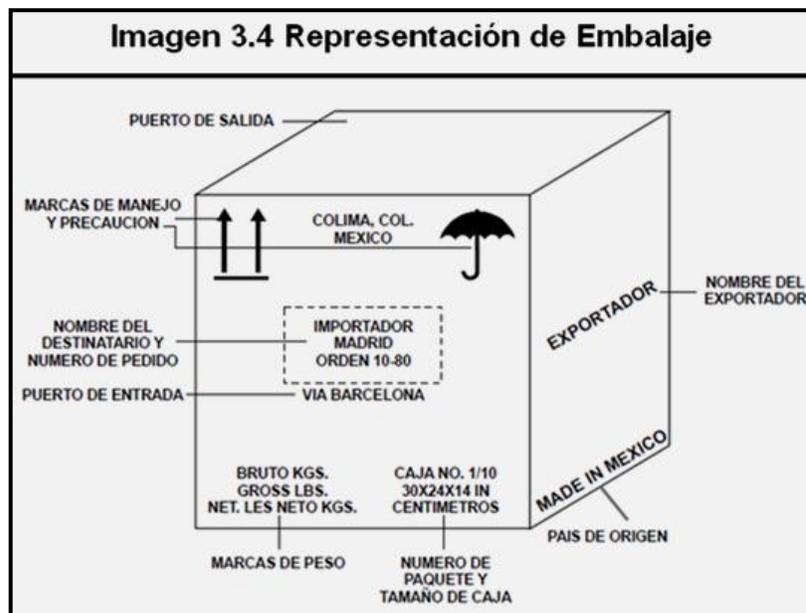
## “Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”

Diversos países establecen reglamentaciones sobre materiales y características que deben cumplirse en su empaque entre las que se encuentran que éste no debe estar manchado con tierra, deformado, roto o con otro defecto que afecte la calidad del producto contenido en él. Asimismo, deberán estar cerrados apropiadamente en función del tipo de empaque.

Por su parte, no se permite que un contenedor tenga una etiqueta que represente erróneamente la calidad, cantidad, composición, naturaleza, seguridad, origen, valor o variedad de su contenido.

Dentro de las regulaciones generales del empaque y embalaje tenemos:

- Los empaques y embalajes deben ser utilizados una sola vez.
- El manejo y distribución de productos debe hacerse de manera tal que disminuya daños y contaminación de la mercancía al recibirla, almacenarla y transportarla.
- Los empaques y embalajes deberán ser examinados antes de ser usados y verificar que no estén dañados o contaminados.
- Si por alguna razón los empaques y embalajes son reutilizados, el empacador deberá contar con un efectivo sistema de limpieza para no contaminar los productos que serán transportados nuevamente en ellos.
- Las cajas que contengan frutas y vegetales, deben ser identificadas con el nombre del producto, cantidad y país de origen.



Por otra parte, el embalaje tiene la finalidad de proteger los productos envasados durante la transportación, almacenamiento y distribución de los mismos. Las regulaciones de embalaje incluyen aspectos diferentes como la forma en que se manejan las mercancías, las dimensiones permitidas, los materiales por usar, instrucciones de armado, pruebas de resistencia, formas de acomodo de los productos, instrucciones de seguridad para su manejo (como las leyendas: Frágil, Manéjese con cuidado, Este lado hacia arriba, etc.), fumigación previa, entre otras.

### **3.7.2.1 Tipo de embalaje para hortalizas**

Los tipos de embalajes más comunes para el transporte de frutas y hortalizas son: tolvas, huacales (“crates”) alambrados o clavados, canastas, bandejas, cajas agujereadas y tarimas fabricadas en madera; cajas, cajones, cajas agujereadas (“lugs”) y bandejas de cartón corrugado (“fiberboard”); cajas y bandejas en plástico.

Entre los envases de pre-empaque para estos productos se encuentran envolturas de película plástica (polietileno o PVC) bajo la forma de película retráctil, estirable o adherible; bolsas de papel o de película de polietileno o polipropileno perforados; mallas de plástico o algodón; bandejas moldeadas de pulpa de celulosa; cartón y plásticos termoformados y poliestireno expandido.

Generalmente, el tipo de preenvase se establece a partir de las especificaciones del cliente y se realiza en el país del productor siempre y cuando se garantice la calidad del producto.

Las láminas de cartón corrugado son el material más utilizado para la elaboración de empaques de frutas y hortalizas. Generalmente se emplean láminas dobles o triples en cuya capa exterior se realiza la impresión publicitaria y en la interior se adecúa para que resista la humedad del producto.

Las bajas temperaturas y los ambientes húmedos reducen la resistencia del cartón corrugado. Para evitar este tipo de daños, la pared interior de la caja se recubre con materiales resistentes al agua, tales como cera, parafina o polietileno.

De la misma forma, el adhesivo empleado en el pegue y cierre de las cajas debe ser resistente a estas condiciones ambientales.

La mayoría de las cajas de cartón corrugado cuentan con agujeros que permiten la ventilación del calor (respiración) del producto y la circulación del aire frío al producto. Todos los agujeros deben estar diseñados y colocados de tal manera que la caja no se debilite. Por todas las características y ventajas que otorgan las cajas de cartón YORY DEL RANCHO hará uso de estas para transportar nuestro pepino, además de que deberán ir cubiertos con una película plástica de polietileno para garantizar una mayor frescura.



### **3.7.2.2 Símbolos para transporte, manejo y almacenaje.**

A continuación se presenta un extracto del contenido de la Norma Oficial Mexicana NOM-EE-59-1979 referente a los símbolos para manejo, transporte y almacenaje de las mercancías, de la cual establece los símbolos aplicables a los empaques y embalajes que contengan productos en general.

Dicha norma establece lo siguiente:

1. El texto básico de precaución puede aparecer abajo del símbolo, en el idioma del país de origen o en el del país destino.
2. El símbolo puede estar pintado sobre un rótulo. Preferentemente debe estar impreso directamente en la superficie del empaque o embalaje.

3. Los símbolos deben estar pintados, preferentemente en color negro. Cuando el color del empaque o embalaje sea obscuro, el símbolo debe imprimirse sobre un fondo blanco.

4. El símbolo, en los empaques o embalajes, debe estar colocado en la parte superior y al lado izquierdo de la marca del destinatario.

5. En el caso de que existan símbolos señalando peligrosidad, éstos deben tener prioridad y el símbolo de manejo debe estar colocado cerca y preferentemente en la línea horizontal.

6. El símbolo para “ESTE LADO ARRIBA” debe estar colocado preferentemente en las dos esquinas superiores de dos caras adyacentes del empaque o embalaje. Este símbolo puede estar repetido similarmente en otras caras verticales del empaque o embalaje.

Los símbolos no necesitan estar enmarcados por líneas de contorno. La dimensión total del símbolo debe ser de 10, 15 ó 20 cm, siempre y cuando el tamaño del empaque o embalaje lo permita.



### **3.7.3 Tipos de cobertura (INCOTERMS)**

El objetivo principal de los INCOTERMS es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permitan acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en contratos de compraventa internacional.

Para un mayor entendimiento del tema, en la siguiente tabla se enlistan de manera clara los tipos de INCOTERMS.

<b>Tabla 3.2 Clasificación de los INCOTERMS</b>				
<b>Grupo</b>	<b>Sigla</b>	<b>Ingles</b>	<b>Denominación</b>	<b>Modo de Transporte</b>
<b>E</b>	EXW	EX Works	En fábrica(...lugar convenido)	Cualquier modo de transporte.
<b>F</b>	FCA	Free Carrier	Franco Transportista(... lugar convenido)	Cualquier modo de transporte.
	FAS	Free Alongside Ship	Franco al Costado del Buque (...puerto de carga convenido)	Transporte por mar y vías navegables interiores.
	FOB	Free On Board	Franco A Bordo (... puerto de carga convenido)	Transporte por mar y vías navegables interiores.
<b>C</b>	CPT	Carriage Paid To	Transporte pagado hasta (...lugar de destino convenido)	Cualquier modo de transporte.
	CIP	Carriage and Insurance Paid To	Transporte y Seguros Pagados Hasta (...lugar de destino convenido)	Cualquier modo de transporte.
	CFR	Cost and Freight	Coste y Flete (...puerto de destino convenido)	Transporte por mar y vías navegables interiores.
	CIF	Cost, Insurance and Freight	Coste, Seguro y Flete (...puerto de destino convenido)	Transporte por mar y vías navegables interiores.
<b>D</b>	DAF	Delivered At Frontier	Entrega en Frontera (... lugar de destino convenido)	Cualquier modo de transporte.

**“Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”**

	DDU	Delivered Duty Unpaid	Entrega Derechos no Pagados (... lugar de destino convenido)	Cualquier modo de transporte.
	DDP	Delivered Duty Paid	Entrega Derechos Pagados (...lugar de destino convenido)	Cualquier modo de transporte.
	DES	Delivered Ex Ship	Entrega Sobre Buque (... puerto de destino convenido)	Transporte por mar y vías navegables interiores.
	DEQ	Delivered Ex Quay	Entrega en Muelle (... puerto de destino convenido)	Transporte por mar y vías navegables interiores.
			Fuente: Elaboración propia con base a investigación	

Con los INCOTERMS, las empresas tienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes.

Asimismo, los INCOTERMS constituyen una base para regular las transacciones comerciales, delimitando a detalle los derechos, las responsabilidades y las obligaciones entre comprador y vendedor, haciendo una referencia directa al transporte que se utiliza y al lugar donde se entrega la mercancía.

**Obligaciones permanentes del vendedor y del comprador**

Cabe aclarar que el vendedor está obligado a envasar y embalar la mercancía. Por lo tanto, esta disposición es aplicable a todos los INCOTERMS, recomendando que se asienten en el contrato de compraventa las características del envase y las del embalaje, de acuerdo con el transporte y el tipo de mercancía.

Asimismo, el vendedor tiene por obligación el embalaje de la mercancía marcando adecuadamente en el mismo las instrucciones de cuidado y características como pueden ser: frágil, radiactivo, producto químico, no dejar en lugar húmedo o bajo la lluvia, etcétera.

### **3.7.3.1 INCOTERM utilizado en el proyecto**

El INCOTERM utilizado en la comercialización por YORY DEL RANCHO será el Ex Works. En este INCOTERM el vendedor cumple con su obligación una vez que la mercancía queda a disposición del comprador. Por lo tanto, no es responsable ni tiene obligación sobre la carga de la mercancía, ni ninguna otra correspondiente a seguros, transportes o despachos y trámites aduaneros. Así mismo, el vendedor no despacha la aduana de exportación, sin embargo, si debe proveer la ayuda y los documentos necesarios para ellos.

La utilización del INCOTERM Ex Works se estableció de común acuerdo entre YORY DEL RANCHO y BENDEL FRUIT, ya que lo que interesa es que como vendedores tengamos la obligación de tener en tiempo y forma la cantidad de toneladas que BENDEL solicite con su debida antelación según el contrato comercial, ya que este ultimo como distribuidor no puede correr con el riesgo de importar una gran cantidad de pepinos sin la certitud de que se puedan vender con facilidad, dado que esto implica altos costes de almacenamiento y la posibilidad de que la fruta se eche a perder. El distribuidor por lo tanto contactara habitualmente a YORY DEL RANCHO para abastecerse.

### **3.7.4 Medio de Transporte**

Para hacer llegar nuestro pepino mexicano hasta Santiago de Chile, en específico al Puerto de San Antonio, será necesario utilizar dos medios de transporte, los cuales son:

Primero, se utilizara un transporte terrestre, que llevara el pepino desde nuestras instalaciones ubicadas en Carretera las Glorias Guasave, Sinaloa, México hasta el Puerto de Mazatlán. El segundo medio de transporte que utilizaremos será el transporte por vía marítima, el cual llevara el pepino desde el Puerto de Mazatlán, México hasta el Puerto de San Antonio, Chile, el cual se encuentra a una hora de la carretera del Sol en Santiago de Chile. Desde el puerto de San Antonio los costos y riesgos correrán por cuenta de los compradores.

El transporte por camión, dada su gran flexibilidad (desplazamiento puerta a puerta) es un modo generalmente complementario de los demás y apropiado para la movilización de pequeños volúmenes a distancias relativamente cortas. En el transporte internacional de carga, el medio terrestre se utiliza principalmente para el desplazamiento de productos a países fronterizos y como complemento del transporte marítimo, al movilizar carga o contenedores a puertos de embarque.

Para este tipo de movilización de carga se utilizan los contenedores y remolques refrigerados y contenedores aislantes (Sistema Con-Air). Los contenedores refrigerados tienen dimensiones estándares de 8 x 8 pies de ancho, pero pueden tener 20 o 40 pies de largo. YORY DEL RANCHO utilizara un tráiler refrigerado de 40' pies.

El recorrido terrestre es relativamente muy corto gracias a que nuestras instalaciones tienen una ubicación privilegiada y estratégicamente cerca del Puerto de Mazatlán por lo que nos ahorramos tiempo y costos de transporte al solamente recorrer una ruta de 3.7 Km en aproximadamente 10 minutos.

### **Recomendaciones para el transporte terrestre en contenedores refrigerados**

- Revisar con anterioridad el contenedor para garantizar tanto las condiciones de aseo (olores, residuos tóxicos, insectos) como las mecánicas (sistema de control de temperatura).
- Impedir la entrada de insectos al contenedor. Cuando la contenedorización se realiza en horas de la noche, los insectos atraídos por la luz pueden entrar al contenedor y causar problemas posteriores.
- Pre-enfriar el contenedor a la temperatura recomendada de transporte.
- Evitar que los pallets estén en contacto directo con las paredes del contenedor, para no interferir con la circulación del aire frío.
- Ubicar las cargas retiradas de las puertas traseras, de modo que la circulación del aire pueda llegar al extremo trasero de la carga.

- Cubrir la mayor parte de la superficie del suelo, para forzar más al flujo de aire frío a pasar por las cajas y el producto en su dirección vertical.
- Revisar las fugas que se pueden presentar en las paredes y puertas dañadas.
- Asegurar la carga en la parte trasera por medio de abrazaderas o trabas.

### **3.7.5 Formas de Pago**

En el comercio internacional se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías. La selección de la forma de pago puede irse ajustando por el mayor o menor nivel de experiencia y confianza que, de manera recíproca se van teniendo las partes, cuando han tenido la oportunidad de comerciar entre sí en repetidas ocasiones y, por lo tanto, conocen su seriedad en el cumplimiento de sus compromisos, así como su solvencia moral y económica.

En forma muy general, algunas de formas de pago son las siguientes, clasificadas por su nivel de seguridad:

<b>Tabla 3.3 Formas de Pago Internacional</b>	
<b>Nivel de Seguridad</b>	<b>Medio de Pago</b>
Bajo	Cheque y Giro Bancario.
Medio	Orden de Pago y Cobranza Bancaria Internacional.
Alto	Carta de Crédito.
	Fuente: Elaboración propia con base a investigación.

Asimismo, es indispensable no olvidar negociar previamente entre las partes, quién y cómo cubrirán los gastos, y las comisiones de los bancos que intervengan en la instrumentación de la forma de pago elegida.

YORY DEL RANCHO por su primitiva negociación con Chile y sobre todo con nuestro cliente potencial BENDEL FRUIT ha decidido en común acuerdo que la forma de pago a utilizar sea **la carta de crédito**.

### 3.7.5.1 Carta de Crédito

Es un instrumento de pago mediante el cual un banco (banco emisor) a petición de un cliente (comprador) se obliga a hacer un pago a un tercero (vendedor/beneficiario) o a aceptar y pagar letras de cambio libradas por el beneficiario, contra la entrega de documentos siempre y cuando se cumplan con los términos y condiciones de la propia carta de crédito.

En la instrumentación de la carta de crédito se tienen a los siguientes participantes:

- **Exportador o vendedor:** Su intervención se inicia una vez que se ha formalizado una operación de compraventa y se han establecido los términos y las condiciones de la carta de crédito. Al momento de recibir por parte de un Banco notificador o confirmador la carta de crédito a su favor, el exportador tendrá que embarcar las mercancías de acuerdo con lo convenido. También se le conoce como el beneficiario de la carta de crédito, toda vez que él recibirá el pago pactado.
- **Importador o comprador:** Es quien inicia los trámites para establecer, a través de un Banco emisor, la carta de crédito; se le conoce también como el ordenante, ya que es quien solicita en primera instancia la apertura de una carta de crédito.
- **Banco emisor:** Es el que emite o abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones de su cliente, es decir, del comprador (importador).
- **Banco intermediario:** Se le dan distintos nombres dependiendo del papel que juegue: banco notificador (si únicamente avisa la carta de crédito) y banco confirmador (si agrega su confirmación de la carta de crédito a su cliente). Asimismo, representa el banco del exportador.

Para llevar a cabo su cometido, los bancos suelen utilizar los servicios de otros bancos del extranjero, a los que se denomina corresponsales domiciliados en el país del vendedor, cuya principal función es la de revisar y certificar que los documentos cumplen con términos y condiciones de la carta de crédito para garantizar el éxito de la operación.

En la siguiente tabla se describen las ventajas que ofrece una carta de crédito para el vendedor (exportador) y para el comprador (importador).

<b>Tabla 3.4 Ventajas de la Carta de Crédito</b>	
<b>Exportador</b>	<b>Importador</b>
<p>Conoce los términos y condiciones para obtener su pago.</p> <p>No le preocupa la calificación crediticia del comprador.</p> <p>Confianza en el Banco obligado a pagar.</p> <p>Viabilidad de proyectar términos y condiciones en documentos.</p> <p>Comisiones aceptables.</p>	<p>Recibir los bienes contratados con oportunidad.</p> <p>Sabe que el beneficiario (vendedor) no podrá cobrar sino embarca.</p> <p>Confía que los documentos solicitados sean revisados por expertos bancarios.</p> <p>De existir discrepancias en los documentos, estas le serán informados por su banco.</p> <p>Solo se efectuara el pago al beneficiario si los términos y condiciones se cumplen literalmente.</p> <p>Comisiones aceptable.</p>
<p>Fuente: Elaboración propia con base a investigación.</p>	

**Puntos que no se deben olvidar al utilizar las diferentes formas de pago**

- Nunca realizar un embarque antes de recibir de nuestro banco la notificación / confirmación de la carta de crédito.

## **“Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”**

---

- Cerciorarse de que todos los datos consignados en el documento son los correctos.
- Verificar que todos los términos y las condiciones coincidan con lo convenido con el cliente.
- Preparar todos los documentos tal como se requieran en la carta de crédito.
- Ante cualquier duda, por pequeña que sea, consultar a los especialistas en la materia.
- Cualquier enmienda a una carta de crédito deberá realizarse por conducto de los bancos involucrados.
- Tratar de negociar que el pago de los productos se realice mediante una carta de crédito irrevocable confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos, sobre todo cuando no exista mucha confianza con su cliente.

# **CAPÍTULO IV**

# **ESTUDIO ECONÓMICO**

## CAPÍTULO IV:

### ESTUDIO ECONÓMICO

#### 4.1 DETERMINACIÓN DE PRECIO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO DESTINO

Se le denomina precio a la cantidad de bienes o servicios que se está dispuesto a apagar para obtener otros bienes o servicios. En el ámbito de la economía el precio de un bien o servicio es de suma importancia, ya que influye en la renta, los salarios, las tasas de interés, las utilidades, etc.

En un mercado cualquiera, el precio puede estudiarse en dos perspectivas. La del comprador, que lo utiliza como una referencia de utilidad potencial, y la del vendedor, para él cual significa primero una guía de los posibles ingresos de sus actividades y, segundo, el método por el que convierte las mismas en beneficios.

A su vez el precio es trascendental en la percepción del consumidor debido a que los consumidores se interesan por factores como el servicio, la calidad del producto, en el caso de los alimentos, las propiedades nutrimentales que contiene, etc. Pero la mayoría de los consumidores se interesan en que el precio del bien o servicio sea bajo.

El precio del producto en el mercado destino, se determina por cada uno de los costos en los que se incurre hasta la distribución en el exterior. El establecer un precio es de suma importancia, ya que influye en la percepción del consumidor final sobre el producto.

El principal objetivo de YORY DEL RANCHO es lograr una participación en el mercado de Chile y mantenerse en él, así como el de incrementar el volumen de ventas una vez que se ha penetrado en el mercado y se ha merecido la aceptación del pueblo chileno.

Relacionado al precio tenemos los costos de producción (o costos de operación) los cuales son necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

De acuerdo a información proporcionada por YORY DEL RANCHO se presenta la siguiente tabla que describe el costo de producción del pepino.

<b>Tabla 4.1 Costo de Producción del Pepino por hectárea.</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Costo (\$)</b>
Preparación de tierras.	\$2,597
Labores de siembra.	\$13,635
Labores de fertilización.	\$2,416
Control de malas hierbas.	\$9,243
Control de plagas y enfermedades.	\$12,926
Labores de cultivo.	\$5,701
Riego.	\$9,864
Labores de cosecha.	\$16,950
Gastos diversos.	\$25,868
Costo total por hectárea.	\$99,200
Rendimiento por tonelada	22.482 tns
<b>Costo de producción (por tonelada)</b>	<b>\$4,412.41</b>
<b>Precio final de Venta (por tonelada)</b>	<b>\$6,500.00 *</b>
<p align="center">*Precio promedio calculado con base al precio que determina la SE Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa YORY DEL RANCHO</p>	

## **4.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS**

La función del presupuesto de ingresos o utilidades es ayudar a desarrollar una proyección de utilidades a futuro, esto es posible multiplicando el pronóstico de ventas del producto (cantidad de producto que se venderá) por el precio de venta correspondiente.

Para obtener el pronóstico de ventas de pepino en el mercado destino se tomaran en cuenta las siguientes premisas:

- El periodo de ventas será de cinco años con posibilidad de renovar contrato.
- El crecimiento porcentual proyectado es de un 5% anual.
- El pronóstico de venta total para el primer periodo es de 480 toneladas, que representa el primer pedido anual para la empresa.

<b>Tabla 4.2 Pronostico de Ventas</b>	
<b>Periodo</b>	<b>Toneladas Solicitadas *</b>
1° año	480
2° año	504
3° año	528
4° año	552
5° año	576
<b>Fuente: Elaboración propia con base a investigación.</b>	

<b>Tabla 4.3 Presupuesto de Ingresos por Ventas (\$)</b>		
<b>Periodo</b>	<b>Toneladas solicitadas</b>	<b>Ingresos*</b>
1° año	480	\$3,120,000.00
2° año	504	\$3,276,000.00
3° año	528	\$3,432,000.00
4° año	552	\$3,588,000.00
5° año	576	\$3,744,000.00
<b>*Determinado sobre el precio final de venta (\$6,500.00) Fuente: Elaboración propia con base a investigación.</b>		

### **4.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS**

En esta investigación, el estado de de resultados, tiene como objetivo primordial calcular la utilidad neta y los flujos netos, y de esta forma determinar el beneficio real de exportación del pepino, el cual se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que incurra la empresa y los impuestos que debe pagar.

Normalmente las proyecciones económicas son a 5 años, en los cuales la empresa tendrá resultados. El cálculo de los costos para los cinco periodos se realizó bajo las siguientes premisas:

1. Existe una inflación constante del 5 % para los primeros 5 años de exportación.
2. No existe ningún impuesto de exportación gracias a que el INCOTERM que se maneja en común acuerdo con el cliente es Ex Works.

<b>Tabla 4.4 Presupuesto de Egresos por periodo de venta de 5 años (miles de pesos)</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>IMPORTE (pesos)</b>				
	<b>1<sup>er</sup> AÑO</b>	<b>2<sup>do</sup> AÑO</b>	<b>3<sup>er</sup> AÑO</b>	<b>4<sup>to</sup> AÑO</b>	<b>5<sup>to</sup> AÑO</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Costos de Producción	\$4,412.41	\$4,633.28	\$4,894.94	\$5,139.68	\$5,396.66
<b>Subtotal</b>	<b>\$4,412.41</b>	<b>\$4,633.28</b>	<b>\$4,894.94</b>	<b>\$5,139.68</b>	<b>\$5,396.66</b>
<b>COSTOS EXPORTACION</b>					
Servicios de Despacho y Honorarios del A.A.	\$8,500.00	\$8,925.00	\$8,971.25	\$9,419.81	\$9,890.80
Reconocimiento aduanero.	\$4,000.00	\$4,200.00	\$4,410.00	\$4,630.5	\$4,862.02

**“Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”**

Manipulación del producto hasta el punto de embarque.	\$12,800.00	13,440.00	\$14,112.00	\$14,817.6	\$15,558.84
Derecho del trámite aduanero	\$7,400.00	\$7,770.00	\$8,158.5	\$8,566.42	\$8,994.74
<b>Subtotal</b>	<b>\$32,700.00</b>	<b>\$34,335.00</b>	<b>\$35,651.75</b>	<b>\$37,434.33</b>	<b>\$39,306.4</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>					
Embalaje	\$3,500.00	\$3,657.00	\$3,858.75	\$4,051.8	\$4,254.38
Marca, numero y etiqueta.	\$1,800.00	\$1,890.00	\$1,984.5	\$2,083.72	\$2,187.90
<b>Subtotal</b>	<b>\$5,300.00</b>	<b>\$5,547.00</b>	<b>\$5,843.25</b>	<b>\$6,135.52</b>	<b>\$6,442.28</b>
<b>Total</b>	<b>\$42,412.41</b>	<b>\$44,515.28</b>	<b>\$46,389.94</b>	<b>\$48,709.53</b>	<b>\$51,145.34</b>
Fuente: elaboración propia con base a investigación.					

El presupuesto que se acaba de presentar está conformado por dos conceptos de costo / gasto: el primero relativo a los costos directos y el segundo relativo a los gastos de estructura. La característica que distingue a ambos conceptos de costo, deriva de que asocia o no, de manera directa con las actividades de la organización. Los cuales finalmente representan los egresos realizados por la empresa al momento de comercializar.

#### **4.4 ESTADO DE RESULTADOS**

El Estado de Resultados, es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante el periodo contable. De esta manera la utilidad se obtiene restando los gastos/pérdidas a los ingresos/ganancias.

Así mismo muestra un resumen de los resultados de operación de un negocio concernientes a un periodo de operaciones. Su objetivo principal es medir u obtener una estimación de la utilidad o pérdida periódica del negocio, para permitir al analista determinar qué tanto ha mejorado dicho negocio durante cierto periodo de tiempo (generalmente un año) como resultado de sus operaciones.

De acuerdo con lo anterior, ahora podemos mostrar el estado de resultados para nuestra empresa YORY DEL RANCHO en un periodo de cinco años y de esta manera obtener los flujos netos de efectivo del proyecto, que son el beneficio real, en este caso de exportación de pepino, que se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que debe pagar.

Es importante señalar que en el estado de resultados que se maneja para este proyecto no se tomará en cuenta la inflación, no existirá financiamiento y las ventas serán viables.

Las tablas que se muestran a continuación describen detalladamente el estado de resultados de YORY DEL RANCHO por un periodo de un año cada una.

<b>Tabla 4.5.1 Estado de Resultados 1<sup>er</sup> año</b>	
(+) Ingreso por ventas	\$3,120,000.00
(-) Costo de producción	\$2,117,956.8
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>\$1,002,043.2</b>
(-) Costo de exportación	\$32,700.00
(-) Costos de ventas	\$5,300.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$964,043.2</b>
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en la investigación	

<b>Tabla 4.5.2 Estado de Resultados 2<sup>do</sup> año</b>	
(+) Ingreso por ventas	\$3,276,000.00
(-) Costo de producción	\$2,223,854.64
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>\$1,052,145.36</b>
(-) Costo de exportación	\$34,700.00
(-) Costo de ventas	\$5,547.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$1,011,898.36</b>
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en la investigación	

<b>Tabla 4.5.3 Estado de Resultados 3<sup>er</sup> año</b>	
(+) Ingreso por ventas	\$3,432,000.00
(-) Costo de producción	\$2,329,752.48
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>\$1,102,247.52</b>
(-) Costo de exportación	\$35,651.75
(-) Costo de ventas	\$5,843.25
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$1,060,752.52</b>
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en la investigación	

<b>Tabla 4.5.4 Estado de Resultados 4<sup>to</sup> año</b>	
(+) Ingreso por ventas	\$3,588,000.00
(-) Costo de producción	\$2,435,650.32
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>\$1,152,349.68</b>
(-) Costo de exportación	\$37,434.33
(-) Costo de ventas	\$6,135.52
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$1,108,779.83</b>
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en la investigación	

<b>Tabla 4.5.5 Estado de Resultados 5<sup>to</sup> año</b>	
(+) Ingreso por ventas	\$3,744,000.00
(-) Costo de producción	\$2,541,548.16
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>\$1,202,451.84</b>
(-) Costo de exportación	\$39,306.4
(-) Costo de ventas	\$6,442.28
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$1,156,703.16</b>
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en la investigación	

#### 4.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Las empresas tienen como principal fin producir sus bienes y/o servicios para poder satisfacer las necesidades de sus clientes, y para que pueda lograr esto es de suma importancia contar con el capital necesario para así generar riquezas para los propietarios.

El objetivo de realizar un análisis financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que se generó en toda la investigación, es decir, se analizan todos los costos implicados en el proyecto, desde la producción del producto hasta la distribución física internacional del mismo.

Dentro de este capítulo de análisis económico se calcularán todas las cifras en pesos mexicanos por la facilidad que aportan.

##### 4.5.1 Flujo Neto de Efectivo (FNE)

El Flujo Neto Efectivo tiene como objetivo analizar de qué manera se están obteniendo los ingresos y cuáles son los gastos que se derivan de los mismos; al mismo tiempo se puede observar en cuanto tiempo y como se obtiene la utilidad neta por periodo, es decir, el F.N.E. es el beneficio real de la operación de la empresa, en otras palabras la utilidad neta.

Al elaborar un análisis del Flujo Neto de Efectivo se parte del año cero, el cual representa la inversión inicial, es decir los costos representativos para iniciar el proyecto de exportación.

<b>Tabla 4.6 Flujo Neto Efectivo (FNE, millones de pesos)</b>						
<b>Concepto</b>	<b>Periodos de Venta</b>					
	<b>AÑO 0</b>	<b>1<sup>er</sup> AÑO</b>	<b>2<sup>do</sup> AÑO</b>	<b>3<sup>er</sup> AÑO</b>	<b>4<sup>to</sup> AÑO</b>	<b>5<sup>to</sup> AÑO</b>
<b>Ingresos</b>		\$3,120,000.0	\$3,276,000.00	\$3,432,000.00	\$3,588,000.00	\$3,744,000.00
<b>Egresos</b>	\$2,117,956	\$42,412.41	\$44,515.28	\$46,389.94	\$48,709.53	\$51,145.34
<b>FNE*</b>	<b>\$2,117,956</b>	<b>\$3,077,587.59</b>	<b>\$3,231,484.72</b>	<b>\$3,385,610.06</b>	<b>\$3,539,290.47</b>	<b>\$3,692,854.66</b>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de investigación.

#### 4.5.2 Valor Presente Neto (VPN)

Podemos entender al Valor Presente Neto como la suma de los flujos descontados en el presente, restando la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

La ecuación para calcular el VPN para el periodo de cinco años es:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Dónde:

**VPN** = Valor Presente Neto

**P** = Inversión Inicial

**FNE** = Flujos Netos de Efectivo de n periodos

**i** = Premio al riesgo, 10% anual

Se aplican los siguientes criterios para la evaluación de este método:

Si  $VPN \geq 0$  se acepta la inversión en el proyecto

Si  $VPN < 0$  se rechaza la inversión en el proyecto

Si se aplican estos criterios el VPN puede tener un resultado igual a cero, indica que el proyecto renta justo lo que el inversionista exige a la inversión, si el resultado es mayor a cero, indica que el proyecto proporciona esa cantidad en remanente por sobre lo exigido.

En cambio si el resultado fuese negativo se debe interpretar como la cantidad faltante para que el proyecto sea rentable de acuerdo a lo que se exige como mínimo para el inversionista.

En el caso de YORY DEL RANCHO tenemos la siguiente información.

- Inversión inicial = \$ 2,117,956.8
- $FNE_1 = \$3,077,587.59$
- $FNE_2 = \$3,231,484.72$
- $FNE_3 = \$3,385,610.06$
- $FNE_4 = \$3,539,290.47$
- $FNE_5 = \$3,692,854.66$

Entonces tenemos que:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Sustituyendo valores correspondientes tenemos:

$$VPN = -2,117,956.8 + \frac{3,077,587.59}{(1+0.10)^1} + \frac{3,231,484.72}{(1+0.10)^2} + \frac{3,385,610.06}{(1+0.10)^3} + \frac{3,539,290.47}{(1+0.10)^4} + \frac{3,692,854.66}{(1+0.10)^5}$$

$$VPN = -2,117,956.8 + \frac{3,077,587.59}{1.10} + \frac{3,231,484.72}{1.21} + \frac{3,385,610.06}{1.33} + \frac{3,539,290.47}{1.46} + \frac{3,692,854.66}{1.61}$$

$$VPN = -2,117,956.8 + 2,797,806.9 + 2,670,648.5 + 2,545,571.4 + 2,424,171.5 + 2,293,698.5$$

$$VPN = -2,117,956.8 - 12,731,896.8$$

$$VPN = 10, 613,940.05$$

Para este periodo de análisis, de acuerdo a los criterios de evaluación, queda claro que se acepta la inversión ya que el Valor Presente Neto es de **10, 613,940.05** el cual al ser mayor a 0 cumple satisfactoriamente con el criterio de evaluación.

#### 4.5.3 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La Tasa Interna de Retorno, llamada también Tasa Interna de Rendimiento, se define como la tasa de descuento, a la que el valor presente neto de todos los flujos de efectivo de los períodos proyectados es igual a cero, es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.

Se le llama Tasa Interna de Retorno porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte casi en su totalidad; y es un método que proporciona otra medida de rentabilidad a un negocio.

Para obtener la TIR, se utiliza la siguiente ecuación, dejando como incógnita  $i$ .

$$P = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Sustituyendo los valores correspondientes tenemos:

$$P = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$2,117,956.8 = \frac{3,077,587.59}{(1+i)^1} + \frac{3,231,484.72}{(1+i)^2} + \frac{3,385,610.06}{(1+i)^3} + \frac{3,539,290.47}{(1+i)^4} + \frac{3,692,854.66}{(1+i)^5}$$

$$2,117,956.8 = \frac{16,926,827.5}{(1+i)}$$

$$2,117,956.8 (1+i) = 16,926,827.5$$

$$2,117,956.8 + 2,117,956.8i = 16,926,827.5$$

$$2,117,956.8 i = 16,926,827.5 - 2,117,956.8$$

$$2,117,956.8i = 14,808,870.7$$

$$i = \frac{14,808,870.7}{2,117,956.8}$$

$$i = 6.99$$

$$i = 69.9 \%$$

El criterio de aceptación de la TIR es que esta sea mayor al premio al riesgo considerado en el VPN, como la TIR es de 69.9% y es mayor del riesgo considerado en el VPN como mínimo fijado como aceptable, se acepta la inversión y se concluye que es económicamente rentable.

#### 4.5.4 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y la utilidad. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que la utilidad por ventas es exactamente igual a la suma de los costos fijos y costos variables.

Su principal objetivo es ser una importante referencia que se debe tomar en cuenta; ya que puede calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al

que debe operarse para no incurrir en pérdidas. Cabe señalar que esta técnica no es eficiente para evaluar la rentabilidad de la inversión, sino que es solamente una referencia para el cálculo de la producción mínima.

Si la utilidad bruta está calculada como el producto de las unidades vendidas por su precio, y en el punto de equilibrio los ingresos se igualan a los costos totales, entonces podemos calcular el punto de equilibrio con la siguiente ecuación:

$$P*Q=CF+CV$$

Dónde:

P = Precio

Q = Volumen de producción

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

La incógnita que se desea calcular es Q, ya que es la cantidad mínima de producción para no incurrir en pérdidas, entonces, despejando:

$$Q = (CF + CV) / P$$

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio, es necesario considerar las siguientes restricciones:

1. No se considera la inversión inicial que da origen a los beneficios
2. Solo se realizará el cálculo para el primer periodo, ya que el punto de equilibrio es inflexible en el tiempo, es decir, debido a que los costos cambian para cada nivel de producción, en cada uno de los periodos el punto de equilibrio será distinto.

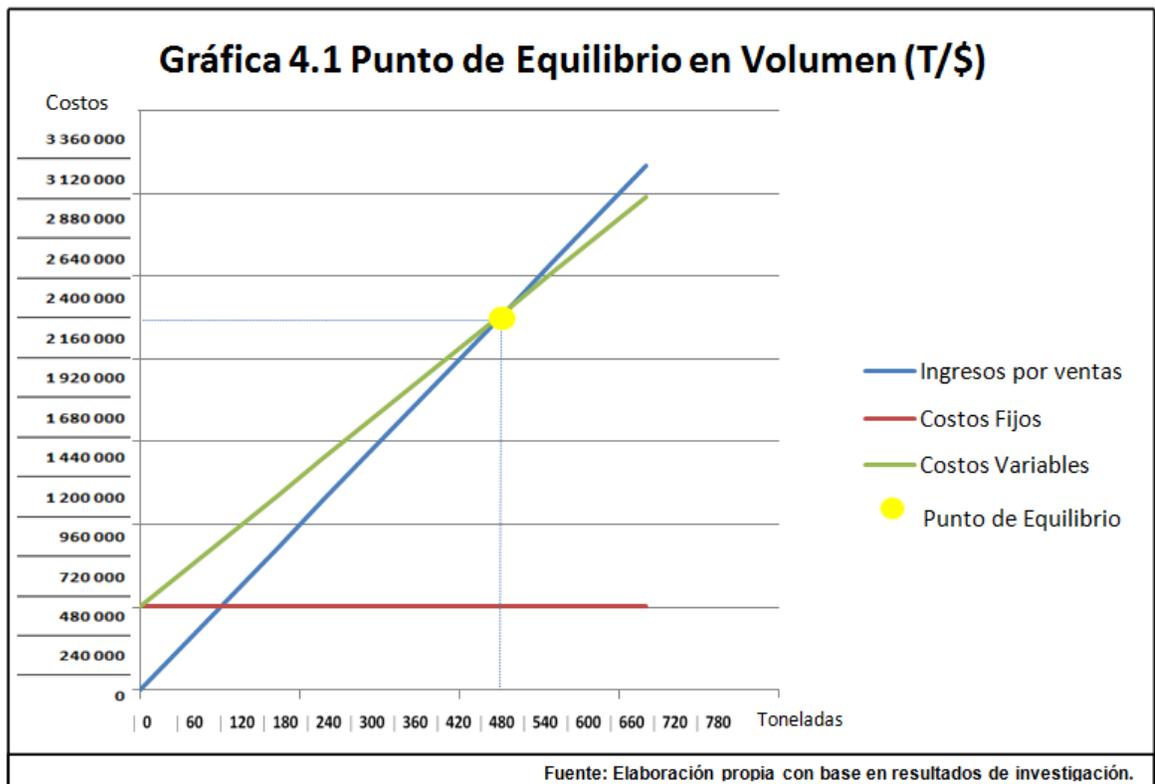
Sustituyendo los valores correspondientes tenemos:

$$Q = (CF + CV) / P$$

$$Q = (2,117,956.8 + 964,043.2) / 6\,500$$

$$Q = 474.15$$

El resultado anterior indica que YORY DEL RANCHO deberá producir 474.15 toneladas de pepino, siendo esta la cantidad mínima para no incurrir en pérdidas.



## CONCLUSIONES

- Queda claro a lo largo de esta investigación que así como México es uno de los principales países productores de pepino a nivel mundial también es el principal exportador del mismo, y que gran parte de este éxito se debe tanto a las condiciones naturales del país como a que los productores mexicanos se han capacitado para producir hortalizas de la mejor calidad, y el pepino no es la excepción.
- El presente anteproyecto de exportación tiene excelentes posibilidades de insertar con éxito el pepino mexicano en el mercado chileno, debido a que todas las condiciones del país destino, son muy similares a las del doméstico.
- YORY DEL RANCHO es una empresa ya establecida en el mercado de las hortalizas abasteciendo tanto el mercado nacional como el de Estados Unidos, actualmente dicha empresa ha decidido incursionar su producto en América Latina, siendo Chile su principal mercado objetivo.
- Los lazos económicos y comerciales entre México y Chile se desarrollan en un ambiente alentador, lo que genera grandes beneficios y oportunidades para ambas naciones, es por ello que es importante seguir fortaleciendo dichos lazos.
- La importancia de tener como primer cliente a una de las principales empresas comercializadoras de hortalizas, BENDEL FRUIT, se refleja claramente en que al ser esta una de las cadenas más reconocidas en el país chileno, la aceptación de nuestro pepino mexicano será de forma más impactante lo que a su vez lograra el beneficio de posicionarnos rápidamente como una gran empresa exportadora.

- El canal de distribución planteado en el proyecto de exportación deslinda a la empresa de los gastos que implican llevar el producto hasta el consumidor final, sin embargo para tener mayor éxito YORY DEL RANCHO adquiere el compromiso de realizar ciertas campañas esporádicas de publicidad para estar en contacto con nuestros clientes en Chile.
- Los medios de transporte elegidos son seguros, además que garantizan la entrega de la mercancía al puerto de destino de manera confiable.
- Mediante el análisis FODA de la empresa se puede observar que YORY DEL RANCHO cuenta con muchas oportunidades de aceptación y crecimiento dentro del mercado chileno las cuales se deben principalmente a: invernaderos que garantizan la capacidad de cumplimiento de los pedidos, novedosos sistemas de riego y enfriamiento que aseguran la calidad del producto, pero sobre todo un precio muy competitivo.
- Para conocer la factibilidad del proyecto se llevó a cabo la evaluación económica dentro del capítulo IV, en el cual se incluyeron proyecciones de ventas de ingresos y egresos a cinco años, con los que se pudieron realizar los estados de resultados y flujos de efectivo, los cuales determinan que el proyecto para exportar pepino a la Republica de Chile es económicamente rentable cumpliendo satisfactoriamente el objetivo planteado en esta investigación.
- Dada la cantidad establecida en el punto de equilibrio, para no incurrir en perdidas, el monto a exportar para obtener una utilidad para la empresa es totalmente alcanzable y hasta superable, para cualquier periodo.
- Por todo lo anterior se concluye que el principal objetivo de esta investigación planteado en un principio se cumple clara y satisfactoriamente.

## GLOSARIO

**Agente Aduanal:** persona física a quien la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autoriza mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes regímenes aduaneros

**ALADI:** Asociación Latinoamericana de Integración (Miembros: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela)

**ALALC:** Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (reemplazado por la ALADI)

**Apoderado Aduanal:** persona a la cual los importadores otorgan poder para llevar a cabo operaciones de comercio exterior. Sus funciones son las mismas que las de un agente aduanal, pero con la diferencia de que solamente puede realizar trámites de comercio exterior en representación de la persona física o moral de quien dependa y por la cual fue autorizado.

**APPRI:** Acuerdos bilaterales de Promoción y Protección Reciproca de Inversiones.

**Arancel:** Impuesto o gravamen que se aplica a los bienes que son objeto de importación o exportación.

**Balanza comercial:** el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período.

**Bilateralismo:** es el intercambio de bienes y servicios entre dos países mediante negociaciones o acuerdos gubernamentales

**CARICOM:** Comunidad del Caribe, creada con la finalidad de promover la integración económica y cooperación entre sus miembros

**CCI:** Cámara de Comercio Internacional, brinda protección a las empresas de los diferentes países del mundo en lo que confiere a las operaciones comerciales

**CEAC:** Consejo de la Comunidad de Asia Oriental (Council on East Asian Community)

**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe, promueve el desarrollo económico y social de la región. Sus labores se concentran en el campo de la investigación económica.

**CEPE:** Comisión Económica para Europa, promueve los instrumentos de su cooperación económica para facilitar el comercio y la inversión.

**Certificado de origen:** Documento que certifica que las mercaderías a ser despachadas son originarias del país exportador

**CESPAO:** Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia Occidental

**CESPAP:** Comisión *Económica y Social para Asia y el Pacífico*, se encarga de las cuestiones económicas y sociales de la región.

**Comercialización:** Poner en venta un producto; Darle el carácter comercial a una actividad.

**Contenedorización:** método de distribución física que utiliza una unidad de transporte de carga llamada contenedor, la cual permite el acarreo de carga como una unidad indivisible, segura e inviolable, que se llena, vacía y estiba en el lugar de.

**Demanda:** cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor.

**Despacho Aduanero:** Conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros, deben realizar en la aduana las autoridades aduaneras y los consignatarios

**Dumping:** práctica en donde una empresa establece un precio inferior para los bienes exportados que para los costos de producción que tiene la empresa del país adonde se importan esos bienes, sacando de competencia a la empresa local.

**Ergonomía:** es el conjunto de conocimientos de carácter multidisciplinar aplicados para la adecuación de los productos, sistemas y entornos artificiales a las necesidades,

limitaciones y características de sus usuarios, optimizando la eficacia, seguridad y bienestar.

**Estanqueidad:** Sistema de protección para evitar el paso del agua a través de una construcción o de los elementos constructivos exteriores.

**Factibilidad:** se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.

**FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (*Food and Agriculture Organization of the United Nations*)

**Fenotipos:** son todos aquellos rasgos particulares y genéticamente heredados de cualquier organismo que lo hacen único e irrepetible en su clase.

**FMI:** Fondo Monetario Internacional.

**Globalización:** es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

**Gravámenes:** es una obligación, **impuesto** o tributo que se aplica a un inmueble, a un caudal o a un bien y al uso que se hace de estos.

**Hortalizas:** conjunto de plantas cultivadas generalmente en huertas o regadíos, que se consumen como alimento, ya sea de forma cruda o preparada culinariamente, y que incluye las verduras y las legumbres verdes. Las hortalizas no incluyen las frutas ni los cereales.

**Hortofrutícola:** referente a las hortalizas y los árboles frutales, o relativo al cultivo de ambos.

**Inocuidad:** Es la condición de los alimentos que garantiza que no causaran daño al consumidor cuando se preparen y /o consuman de acuerdo con el uso al que se destinan.

**Logística:** es planear y coordinar todas las actividades y procesos necesarios para que un producto o servicio se genere y llegue al punto donde y cuando el cliente final lo requiere, optimizando el costo.

**Medidas de Salvaguardia:** son medidas de emergencia para proteger a la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones. Estas medidas consisten en la restricción temporal de las importaciones que afectan con dañar o causar daño grave al sector nacional.

**Patrón oro:** sistema monetario que fija el valor de la unidad monetaria en términos de una determinada cantidad de oro. Su uso termino a raíz de la Primera guerra Mundial y se reimplanto en 1994.

**Rentabilidad:** es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

**SE:** Secretaria de Economía.

**SIACON:** Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

**SIAP:** Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera

**Subvenciones:** consiste en la entrega de una cantidad de dinero por la Administración, a un particular, sin obligación de reembolsarlo, para que realice cierta actividad que se considera de interés público.

**UNCTAD:** Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD en ingles) puesta en funcionamiento por el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas el 23 de marzo de 1964

**Viabilidad:** Condición que hace posible el funcionamiento del sistema, proyecto o idea al que se refiere, atendiendo a sus características tecnológicas y a las leyes de la naturaleza involucradas.

# ANEXOS

**ANEXO 1**

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA REPUBLICA DE CHILE**

**CERTIFICADO DE ORIGEN**

(Instrucciones al Reverso)

Lenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

<b>1. Nombre y Domicilio del Exportador:</b> Teléfono: _____ Fax: _____ Número de Registro Fiscal: _____		<b>2. Periodo que cubre</b> DD MM AA    DD MM AA Desde: ____/____/____/                          Hasta: ____/____/____/			
<b>3. Nombre y Domicilio del Productor:</b> Teléfono: _____ Fax: _____ Número de Registro Fiscal: _____		<b>4. Nombre y Domicilio del Importador:</b> Teléfono: _____ Fax: _____ Número de Registro Fiscal: _____			
<b>5. Descripción de (los) bien (es)</b>	<b>6. Clasificación Arancelaria</b>	<b>7. Criterio para Trato Preferencial</b>	<b>8. Productor</b>	<b>9. Método utilizado (VCR)</b>	<b>10. Otras instancias</b>
<b>11. Observaciones:</b>					
<b>12. Declaro bajo protesta de decir verdad que:</b>  - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento.  - 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 entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.  - Los bienes son originario del territorio de una o ambas partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio entre la República de Chile y los Estados Unidos Mexicanos, no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 4-17 o en el Anexo 4-03.  Este certificado consta de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.					
<b>Firma Autorizada:</b>			<b>Empresa:</b>		
<b>Nombre:</b>			<b>Cargo:</b>		
<b>Fecha:</b> DD    MM    AA ____ / ____ / ____			<b>Teléfono:</b>  <b>Fax:</b>		

**ANEXO 2**

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y  
LA REPUBLICA DE CHILE**

**CERTIFICADO DE ORIGEN**

(Hoja anexa)

Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

5. Descripción del (los) bien(es)	6. Clasificación Arancelaria	7. Criterio para Trato Preferencial	8. Productor	9. Método utilizado (VCR)	10. Otras instancias
Firma autorizada:  Nombre:			Número de hoja anexa:		

## TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA REPUBLICA DE CHILE

### Instructivo para el llenado del Certificado de Origen

Para efectos de obtener trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado en forma legible y completa por el exportador del bien o bienes, y el importador deberá tenerlo en su poder al momento de presentar el pedimento o declaración de importación. Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde. En caso de requerir mayor espacio deberá utilizar la hoja anexa del certificado de origen.

**Campo 1:** Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, fax y el número del registro fiscal del exportador. El número del registro fiscal será:

En México: la clave del registro federal de contribuyentes (RFC).

En Chile: el número del rol único tributario (RUT).

**Campo 2:** Deberá llenarse sólo en caso de que el certificado ampare varias importaciones de bienes idénticos a los descritos en el Campo 5, que se importen a México o Chile en un periodo específico no mayor de 12 meses (periodo que cubre). “DESDE” deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año) a partir de la cual el certificado ampara el bien descrito (esta fecha puede ser anterior a la fecha de firma del certificado). “HASTA” deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año) en la que expira el periodo que cubre el certificado. Las importaciones de cualquiera de los bienes amparados por el certificado deberán efectuarse dentro de las fechas indicadas.

**Campo 3:** Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, fax y el número del registro fiscal del productor, tal como se describe en el Campo 1. En caso de que el certificado ampare bienes de más de un productor, señale: “VARIOS” y anexe una lista de los productores, incluyendo el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, fax y el número del registro fiscal, haciendo referencia directa al bien descrito en el Campo 5. Cuando se desee que la información contenida en este campo sea confidencial, deberá señalarse: “DISPONIBLE A SOLICITUD DE LA AUTORIDAD ADUANERA”. En caso de que el productor y el exportador sean la misma persona, señale: “IGUAL”.

**Campo 4:** Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, fax y el número del registro fiscal del importador, tal como se describe en el Campo 1.

**Campo 5:** Proporcione una descripción completa de cada bien. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción del bien contenida en factura, así como con la descripción que le corresponda al bien en el Sistema Armonizado (SA). En caso de que el certificado ampare una sola importación de bienes, deberá indicarse el número de factura, tal como aparece en la factura comercial. En caso de desconocerse, deberá indicarse otro número de referencia único, como el número de orden de embarque, el número de orden de compra o cualquier otro número que sea capaz de identificar los bienes.

**Campo 6:** Para cada bien descrito en el Campo 5, identifique los seis dígitos correspondientes a la clasificación arancelaria del SA. En caso de que el bien esté sujeto a una regla específica de origen que requiera ocho dígitos, de conformidad con el Anexo 4-03 (Reglas de origen específicas) del Tratado, deberá identificar la fracción arancelaria específica de la Parte importadora señalada en la Sección C del referido Anexo.

**Campo 7:** Para cada bien descrito en el Campo 5, indique el criterio (desde la A hasta la F) aplicable. Las reglas de origen se encuentran en el Capítulo 4 (Reglas de origen) y en el Anexo 4-03 (Reglas de origen específicas) del Tratado y en las Reglamentaciones Uniformes de dicho capítulo. Con el fin de acogerse al trato arancelario preferencial, cada bien debe cumplir con alguno de los siguientes criterios:

Criterios para trato preferencial.

**A:** El bien es obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o ambas Partes.

**B:** El bien es producido en el territorio de una o ambas Partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de conformidad al Capítulo 4 (Reglas de origen) del Tratado.

## “Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”

**C:** El bien es producido en el territorio de una o ambas Partes a partir de materiales no originarios que cumplen con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, según se especifica en el Anexo 4-03 (Reglas de origen específicas) y cumple con las demás disposiciones aplicables del Capítulo 4 (Reglas de origen).

**D:** El bien es producido en el territorio de una o ambas Partes a partir de materiales no originarios que cumplen con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, y el bien cumple con un valor de contenido regional (VCR), según se especifica en el Anexo 4-03 (Reglas de origen específicas), y con las demás disposiciones aplicables del Capítulo 4 (Reglas de origen) del Tratado.

**NOTA:** para los bienes clasificados en las subpartidas 8422.40 y 8431.43 el VCR aplicable se determinará de conformidad al calendario establecido en el artículo 20 -10 (2) del Tratado.

**E:** El bien es producido en el territorio de una o ambas Partes y cumple con un VCR según se especifica en el Anexo 4-03 (Reglas de origen específicas), y cumple con las demás disposiciones del Capítulo 4 (Reglas de origen) del Tratado.

**F:** El bien es producido en el territorio de una o ambas Partes, pero uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción del bien no cumplen con un cambio de clasificación arancelaria debido a que: el bien se ha importado a territorio de una Parte sin ensamblar o desensamblado, pero se ha clasificado como un bien ensamblado de conformidad con la regla 2(a) de las Reglas Generales de Interpretación del SA, o

1. el bien se ha importado a territorio de una Parte sin ensamblar o desensamblado, pero se ha clasificado como un bien ensamblado de conformidad con la regla 2(a) de las Reglas Generales de Interpretación del SA, o
2. la partida para el bien es la misma tanto para el bien como para sus partes y los describe específicamente y esa partida no se divide en subpartidas o la subpartida es la misma tanto para el bien como para sus partes y los describe específicamente.

Siempre que el VCR del bien, determinado de acuerdo con el artículo 4-04 del Tratado, no sea inferior al 50% cuando se utilice el método de VT o al 40% cuando se utilice el método de CN, y el bien cumpla con las demás disposiciones aplicables del Capítulo 4 (Reglas de origen) del Tratado, a menos que la regla aplicable del Anexo 4-03 (Reglas de origen específicas) bajo la cual el bien está clasificado, especifique un requisito de VCR diferente, en cuyo caso deberá aplicarse ese requisito.

**NOTA:** Este criterio no se aplica a los bienes comprendidos en los capítulos 61 al 63 del SA.

**Campo 8:** Para cada bien descrito en el Campo 5, indique: “SI” cuando usted sea el productor del bien. Si usted no fuera el productor del bien, indique “NO”, seguido por (1), (2) o (3), dependiendo de si el certificado se basa en uno de los siguientes supuestos:

- (1) su conocimiento de que el bien califica como originario;
- (2) su confianza razonable en una declaración escrita del productor de que el bien califica como originario; o
- (3) una declaración de origen que ampare el bien, llenada y firmada por el productor, en el formato a que se refiere el artículo 5-02(1) del Tratado.

**NOTA:** La emisión del certificado de origen conforme al supuesto (1), no le exime de la obligación de acreditar que el bien califica como originario.

**Campo 9:** Para cada bien descrito en el Campo 5, si el bien no está sujeto a un requisito de VCR, indique “NO”. Si el bien está sujeto a dicho requisito, indique “VT”, si el VCR se calculó utilizando el método de valor de transacción, o “CN” si se utilizó el método de costo neto. Si el VCR se calculó utilizando promedios conforme al artículo 4-04(7) del Tratado, indique el período (fechas de inicio y de conclusión, día/mes/año) sobre el cual se realizó el cálculo.

**Campo 10:** Si para determinar el origen del bien se utilizó alguna de las instancias establecidas en los artículos 4-06, 4-07, 4-08 y 4-09 del Tratado, indique:

DMI: De mínimis.

MAI: Materiales intermedios.

## “Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”

---

ACU: Acumulación..

BMF: Bienes y materiales fungibles.

En caso contrario indique “NO”.

**Campo 11:** Este campo sólo deberá ser utilizado cuando exista alguna observación en relación con este certificado, entre otros, cuando el bien o bienes descrito(s) en el Campo 5 haya(n) sido objeto de una resolución anticipada o una resolución sobre clasificación o valor de los materiales, indique la autoridad emisora, número de referencia y la fecha de emisión.

**Campo12:** Este campo debe ser firmado y fechado por el exportador. En caso de haber utilizado la(s) hoja(s) anexa(s), ésta(s) también deberá(n) ser firmada(s) y fechada(s) por el exportador. La fecha debe ser aquélla en que el certificado se llenó y firmó

### ANEXO 3

#### Lista de Empaque

En la lista de empaque se especifican los bultos o pallets que se van a exportar. Según la numeración señalada en el formato se indica la clave para el llenado del mismo. Además de instrucciones para su correcto llenado.

<b>LISTA DE EMPAQUE</b>					
(1) No. de Factura				Fecha	
Cantidad (2)	Número (3)	Contenido de cada bulto (4)	Dimensiones de cada bulto (5)	Peso bruto de cada bulto (6)	
<p>☛ Método de Embalaje : (7)</p> <p>☛ Marcas y números : (8)</p> <p>☛ Número total de Bultos (9)</p> <p>☛ Volumen total (10)</p> <p>☛ Peso Neto Total (11)</p> <p>☛ Peso Bruto Total (12)</p>					

## **“Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”**

---

- 1- Referencia al número de factura que corresponde a la exportación. Si se omite la referencia a la factura puede resultar difícil emparejar los documentos, si estos se separan.
- 2- Número total de cajas por tipo de mercadería comprendidas en el embarque. Si no indica la cantidad de cajas que contienen el mismo tipo de mercancías, será más difícil comprobar la expedición.
- 3- Para cada tipo de mercancías, los números seguidos a las cajas que contengan. Si no se numeran las cajas, o se numeran incorrectamente, pueden producirse confusiones para las autoridades aduaneras y para el cliente.
- 4- Contenido de cada caja. Si no se describe correctamente el contenido, será difícil identificar las partidas.
- 5- Dimensiones exteriores de cada caja. Si se omiten las dimensiones y la unidad de medida, pueden surgir dudas.
- 6- Peso bruto de cada caja. Si se omiten el peso o la unidad de peso, pueden producirse demoras.
- 7- Forma de embalar las mercaderías. Si se encuentran en “paletas”, deberá indicarse. Si requieren una manipulación especial, deberá indicarse también.
- 8- Forma de marcar las cajas y los números utilizados.
- 9- Número total de bultos de la expedición.
- 10- Volumen total de la expedición, en metros cúbicos.
- 11- Peso neto total (excluido el embalaje) de la expedición.
- 12- Peso bruto total de la expedición enviada. Si se omite el peso neto o se confunde con el peso bruto, pueden surgir malentendidos y gastos adicionales.

**ANEXO 4**

**FACTURA COMERCIAL**

<b>Nombre de su compañía</b>		FACTURA			
<i>Lema de su compañía</i>					
Dirección					
Ciudad		Código postal			
Teléfono (509) 333-1234 Fax (509) 333-1235					
<b>FECHA:</b>		21/10/2008			
<b>Nº DE FACTURA:</b>		100			
<b>Facturar a:</b>		Nombre		<b>Enviar a:</b>	
		Nombre de la compañía		Nombre	
		Dirección		Nombre de la compañía	
		Ciudad, Código postal		Dirección	
		Teléfono		Ciudad, Código postal	
				Teléfono	
<b>Comentarios o instrucciones especiales:</b>					
<b>VENDEDOR</b>	<b>Nº DE PEDIDO</b>	<b>FECHA DE ENVÍO</b>	<b>FORMA DE ENVÍO</b>	<b>PUNTO FOB</b>	<b>CONDICIONES</b>
					Pago a recepción
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>			<b>PRECIO POR UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>
					\$
					\$
					\$
				SUBTOTAL	\$ -
				TIPO IMPOSITIVO	8.60%
				IMPUESTO SOBRE VENTAS	-
				ENVÍO Y TRAMITACIÓN	
				<b>TOTAL</b>	\$ -
Extienda todos los cheques a favor de <b>Nombre de su compañía</b>					
Si tiene alguna pregunta acerca de esta factura, póngase en contacto con Nombre, Número de teléfono, Dirección de correo electrónico					

**“Anteproyecto de Exportación de pepino de Sinaloa, México a la Republica de Chile”**

**ANEXO 5**

**PEDIMENTO**

REFERENCIA: 3121-SCA	<b>PEDIMENTO</b>				PAGINA 1 DE 1										
NUM. PEDIMENTO: 10 20 3320 0001450	T. OPER: IMP	CVE. PEDIMENTO: A1	REGIMEN: IMD		<b>CERTIFICACIONES</b>										
DESTINO/ORIGEN: 9	TIPO DE CAMBIO: 13.1000	PESO BRUTO: 25.600 kg	ADUANA E/S: 510		--- PAGO ELECTRONICO ---										
MEDIOS DE TRANSPORTE				VALOR EN DOLARES: 28,000		BBVA BANCOMER, MEXICO S.A. DE C.V.									
ENTRADA/SALIDA: 6	ARRIBO: 6	SALIDA: 7	VALOR EN ADUANA: 366,800		OP: 1460398725										
				PRECIO PAGADO: 366,800		23/02/2010									
<b>DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR</b>						ACUSE: 901DLKMF2									
RFC: EEW930121414		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:													
CURP:		NOVEDADES SA. DE CV.													
DOMICILIO: CALZADA VALLEJO 1234 COL. INDUSTRIAL VALLEJO CP 23146 MEXICO DISTRITO FEDERAL (ESTADOS UNIDOS MEXICANOS)															
VAL. SEGUROS	SEGUROS	FLETES	EMBALAJES	OTROS INCREMENTABLES											
0	0	0	0	0											
ACUSE ELECTRONICO	PED: 10001450		CLAVE DE LA SECCION ADUANERA												
DE VALIDACION: NST58H29			DE DESPACHO: 202												
				IMPORTACION Y EXPORTACION DE CONTENEDORES, CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL											
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:		S/M	S/N	SIN NUMERO											
FECHAS		<b>TASAS A NIVEL PEDIMENTO:</b>													
ENTRADA	12/02/2010	CONTRIB.	CVE. T. TASA	TASA											
PAGO	23/02/2010	15 PRV	2	140.00											
		1 DTA	7												
<b>CUADRO DE LIQUIDACION</b>															
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES									
IGI	0	55020	IVA	0	67960.70	EFFECTIVO	126077								
DTA	0	2934.40			OTROS										
PREV	0	162.00			TOTAL		5126,077.10								
<b>DATOS DEL PROVEEDOR / COMPRADOR</b>															
ID FISCAL	NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL				DOMICILIO:			VINCULACION							
	INDIA S.A.				XIOMING ST 9808- XIOXANG KRISHNA RD			SI							
NUM. FACTURA	FECHA	INCOTERM	MONEDA FACT.	VAL. MON. FACT.	FACTOR MON. FACT.	VAL. DOLARES									
21010475	05/02/2010	CIF	USD	28,000	1.0000	28,000									
<b>NUMERO DE CANDADO</b>				98767557 b/h master											
<b>NUMERO/GUIA /ORDEN DE EMBARQUE)</b>				MSCUT 133223142		M									
<b>NUMERO / TIPO DE CONTENENOR</b>				CONTENEDOR MSKU 5023445		3									
CLAVE/ COMPL. IDENTIFICADOR		CR	COMPLEMENTO 1	COMPLEMENTO 2	COMPLEMENTO 3										
			39												
<b>OBSERVACIONES</b>															
NO SE DECLARA ID FISCAL, PERO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD LOS DATOS ASENTADOS SON CORRECTOS .															
<b>PARTIDAS</b>															
SEC	FRACCION	SUB	VINC	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P. V/C	P. O/D	CON	TASA	TT	FP	IMPORTE
	DESCRIPCION		IMP. PRECIO PAG		PRECIO UNIT		VAL AGREG								
	55122101		1	1	3	100,000.00	4	316.227	IND	IND	IGI	15	1	0	55020
	TEJIDOS DE FIBRAS SINTETICAS DISCONTINUAS CON UN CONTENIDO DE FIBRAS SINTETICAS DISCONTINUAS SUPERIOR O IGUAL AL 85% EN PESO, CRUDOS O BLANQUEADOS														
	366,800		366,800		366.8		0				IVA	16	1	0	67960.70
1	IDENTIF	COMPLEMENTO 1			COMPLEMENTO 2			COMPLEMENTO 3							
	UM	H													
	ES	N													
FIN DE PEDIMENTO										NUM TOTAL DE PARTIDAS: 1		CLAVE PREVALIDADOR: 010			
AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACEN										DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA, PATENTE O AUTORIZACION					
NOMBRE O RAZON SOCIAL: JOAQUIN GONZALEZ LOPEZ					CURP: GOLJ450909HDFNPQ08					3320					
RFC: GOLJ450909L40										FIRMA AUTOGRAFA					
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO					00001000000001087333										
FIRMA ELECTRONICA AVANZADA										FTGE CLNBx0H0AavMnLZgNCDfgMSgrNCKJfgDSFxxzDJBSDDfsvSSNMfdfsFHUSnscNSKjdjhFVDCjdjnsdGNSHsndoeKDUEljdKDCMSdneDAMXjsjssjmsLAOPmjsmnx					
										JED0=OIkmdsks298U3NMnsdmwd *45NK23jnds3140984=WDBjnd&QVKNQkasjdnsa&dms=MSNH=V JSD=					

# BIBLIOGRAFIA

## BIBLIOGRAFIA

- GUAJARDO, Carlos Alberto. (2005) Comercio Internacional y Globalización. Argentina. Ediciones Jurídicas. 4<sup>ta</sup> ed.
- CARBAUGH, Robert J. Economía Internacional. México. Editorial Thomson, Novena Edición.
- TORRES, Ricardo (2002). Teoría del Comercio Internacional. México. Ed. Siglo XXI 23<sup>a</sup> edición.
- L. HILL, Charles W. (2001) Negocios Internacionales, Competencia en un mercado global. Ed. Mc Graw Hill, 3<sup>a</sup> edición.
- DANIELS, John, Negocios Internacionales, Ed. Pearson education, México, 2000
- ORTIZ, Guillermo. Et all. (1997) México transición económica y comercio exterior. México. Banco Nacional de Comercio Exterior, 1<sup>o</sup> edición.
- CATEORA, Philip, GRAHAM, John, Marketing Internacional, Ed Mc Graw Hill, México, 2001.
- JEREZ RIESCO, José Luis. (2007) Comercio Internacional. España. ESIC EDITORIAL, 3<sup>o</sup> Edición.
- CHAVEZ, Ayllon. (1990) México: Sus recursos Naturales y su población. México. Ed. Limusa, 2<sup>o</sup> edición.
- SALVATORE, Dominick. (2005) Economía Internacional. México. Ed. Limusa, 8<sup>o</sup> edición.
- SAMUELSON, Paul, NORDHAUS, William, Economía, Ed. Mc Graw Hill 16<sup>a</sup> Edición, España, 1999.
- HERNANDEZ, Sampieri. (2008) Metodología de la Investigación. México. Editorial Mc Graw Hill. 2<sup>a</sup> ed.

- CHABERT, Joan. Manual de comercio Exterior; Editorial Gestión 2000.
- BLANCO, H. Las negociaciones comerciales de México con el mundo. Fondo de cultura económica, México, 1994.
- MÁRQUEZ, Sosa Juan Carlos. Comercio Exterior. Editorial EUDECOR, 1997.
- MERCADO H., Salvador. Comercio Internacional. Mercadotecnia Internacional. Importación – Exportación. Editorial Limusa. 4ª Edición, 2001.
- CHACHOLIADES, Miltiades. Economía Internacional. Editorial Mc Graw Hill. 2ª ed, 1992.
- VERNON, Raymond, México ante los mercados comunes, en: Comercio exterior, Vol. XXII, N°. 7, México DF, 1962.
- AAKER, Kumar. (2001) Investigación de Mercados. México. Ed. Limusa, 4ª Edición.
- BACA, Gabriel. (2001) Evaluación de proyectos. México. Ed. Mc Graw Hill. 4ª edición.
- CZINTOKA, Michael R. y otros. Marketing Internacional. Mc Grw Hill. 4ª edición. 1996.
- SÁNZHEZ, Alfredo, Las regiones de Chile, Ed. Universitaria, 4ª Edición, Santiago de Chile, 2004
- TURISTEL, Guía turística de Chile, Ed. Turiscom, 21ª edición, Chile, 2006
- BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR. S.N.C. Guía básica del Exportador. 10ª ed.
- BANCOMEXT, (2005) Guía básica del exportador; documentos y trámites de la exportación. México, 12º Edición.

- BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (2001) Envase y embalaje para la exportación. México. 2ª Edición.
- BANCOMEXT. (2006) La clave del comercio. Libro de propuestas para el exportador. México, 2ª Ed.

## FUENTES ELECTRONICAS

<http://www.economia.gob.mx/> 25/07/16

<http://www.sice.oas.org/trade/mexnorte/indice.asp> 25/07/16

<http://comerciointernacional.com.mx/comercio10/index.php> 25/07/15

[http://www.gerenciaynegocios.com/canales/comercio\\_internacional/conceptos\\_comex.htm](http://www.gerenciaynegocios.com/canales/comercio_internacional/conceptos_comex.htm)  
27/07/15

<http://politicamexico.suite101.net/article.cfm/evaluacion-de-la-globalizacion-en-mexico> 27/07/16

[www.aduanas.sat.gob.mx](http://www.aduanas.sat.gob.mx) 28/07/15

[http://www.yoryproduce.com/tomates/index.php?option=com\\_content&view=article&id=11&Itemid=81](http://www.yoryproduce.com/tomates/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=81)

[http://www.uaaan.mx/academic/Horticultura/Memhort03/Ponencia\\_04.pdf](http://www.uaaan.mx/academic/Horticultura/Memhort03/Ponencia_04.pdf) 05/10/15

<http://mexico.redagro.com/> 05/10/15

<http://www.agrocompradores.com/> 05/10/15

[http://www.iica.int.ni/GuiasTecnicas/Cultivo\\_Pepinos.pdf](http://www.iica.int.ni/GuiasTecnicas/Cultivo_Pepinos.pdf) 06/10/15

<http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx> 15/03/15

<http://cuentame.inegi.org.mx/economia/primarias/agri/default.aspx?tema=E> 15/03/16

[http://www.icex.es/icex/cda/controller/pagelCEX/0,6558,5518394\\_5518995\\_5598150\\_0\\_2\\_MX,00.html](http://www.icex.es/icex/cda/controller/pagelCEX/0,6558,5518394_5518995_5598150_0_2_MX,00.html) 08/04/16

[http://www.siap.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=233&Itemid=90](http://www.siap.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=233&Itemid=90)  
08/04/16

[http://www.guasave.gob.mx/sitio/index.php?option=com\\_content&view=category&id=150&Itemid=24](http://www.guasave.gob.mx/sitio/index.php?option=com_content&view=category&id=150&Itemid=24) 10/04/16

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/sinaloa/mpios/25011a.htm> 10/04/16

[http://faostat3.fao.org/home/index\\_es.html?locale=es#DOWNLOAD](http://faostat3.fao.org/home/index_es.html?locale=es#DOWNLOAD) 10/04/16

<http://www.abcagro.com/hortalizas/pepino3.asp> 10/04/16

[http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana\\_mexico/Descargas/Guia\\_Importacion/GI07\\_06.pdf](http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/Descargas/Guia_Importacion/GI07_06.pdf)  
13/04/16

[http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana\\_mexico/Descargas/Guia\\_Importacion/GI07\\_06.pdf](http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/Descargas/Guia_Importacion/GI07_06.pdf)  
13/04/16

<http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/42/9/fuji1100.pdf> 14/04 15/06/16

<http://www.gobiernodechile.cl/sitios-del-gobierno/> 15/06/16

[http://www.aduana.cl/prontus\\_aduana/site/artic/20070228/pags/20070228161116.html](http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20070228/pags/20070228161116.html) 16/06/16

[www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx) 17/06/16

[www.banxico.org.ar](http://www.banxico.org.ar) 17/06/16

[http://www.chile21.cl/chile21/inicio/detalle\\_op21.jsp?id\\_opinion=139](http://www.chile21.cl/chile21/inicio/detalle_op21.jsp?id_opinion=139) 17/06/16

<http://www.siap.gob.mx/> 18/06/16

[http://www.siap.gob.mx/?option=com\\_content&view=article&id=181&Itemid=426](http://www.siap.gob.mx/?option=com_content&view=article&id=181&Itemid=426) 25/07/16

[http://www.sag.cl/sites/default/files/plan\\_de\\_trabajo\\_para\\_la\\_exportacion\\_de\\_frutas\\_frescas\\_para\\_consumo\\_de\\_melon\\_sandia\\_zapallo\\_zapallo\\_italiano\\_y\\_pepino.pdf](http://www.sag.cl/sites/default/files/plan_de_trabajo_para_la_exportacion_de_frutas_frescas_para_consumo_de_melon_sandia_zapallo_zapallo_italiano_y_pepino.pdf) 25/07/16

<http://www.prochile.gob.cl/importadores/seleccion-idiomas/> 25/07/16

[http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149815/1020149815\\_02.pdf](http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149815/1020149815_02.pdf) 25/07/16

<http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/3574/Manual%20para%20Produccion%20de%20Pepino.pdf> 25/07/16