

BIBLIOTECA
DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA
Y GANADERIA
UNIVERSIDAD DE SONORA.



UNIVERSIDAD DE SONORA

DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA Y GANADERIA

MERCADOS ALTERNOS COMO UNA OPCION A LA
COMERCIALIZACION AGRICOLA SONORENSE

DISERTACION

Por

José Dolores Yocupicio Rábago

NOVIEMBRE DE 1992

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

UNIVERSIDAD DE SONORA
DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA Y GANADERIA

MERCADOS ALTERNOS COMO UNA OPCION A LA
COMERCIALIZACION AGRICOLA SONORENSE

DISERTACION

José Dolores Yocupicio Rábago

Noviembre de 1992

MERCADOS ALTERNOS COMO UNA OPCION A LA
COMERCIALIZACION AGRICOLA SONORENSE

DISERTACION

Sometida a la consideración del
Departamento de Agricultura y Ganadería
de la
UNIVERSIDAD DE SONORA
por

JOSE DOLORES YOCUPICIO RABAGO

Como requisito parcial para obtener el título de Ingeniero
Agrónomo con especialidad en Fitotecnia.

Noviembre de 1992

Esta Disertación fue realizada bajo la dirección del
Consejo Particular, aprobada y aceptada como requisito
parcial para la obtención del grado de:

INGENIERO AGRONOMO EN:

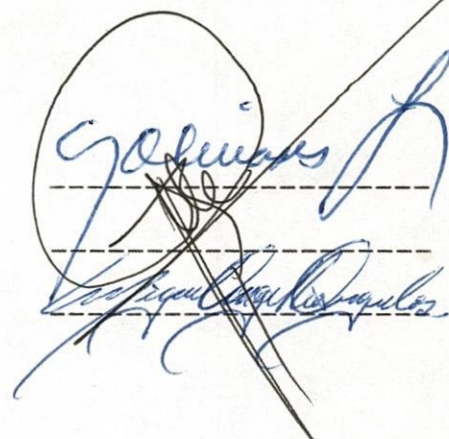
FITOTECNIA

Consejo Particular:

Asesor: M.A. AMADO OLIVARES LEAL.

Consejero: ING. RAFAEL RETES LOPEZ.

Consejero: ING. MIGUEL ANGEL RIOS ANGULO.



A MIS PADRES,

MI ESPOSA E HIJA.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, quienes con su comprensión y apoyo han estimulado mi formación profesional.

A mi esposa Jovita Moreno e hija Erika Monserrat Yocupicio, con quienes he compartido los mejores momentos de mi vida.

La atención y orientación del M.A. Amado Olivares Leal, contribuyó de manera importante en la elaboración de la presente investigación bibliográfica.

Agradezco el apoyo de todos mis amigos y compañeros de trabajo, quienes estuvieron pendientes de su desarrollo.

C O N T E N I D O

INDICE DE ANEXOS	ii
RESUMEN	iii
INTRODUCCION	1
OBJETIVOS	2
INFORMACION BASICA PARA EXPORTAR A REINO UNIDO	3
INFORMACION BASICA PARA EXPORTAR A COREA DEL SUR	6
INFORMACION BASICA PARA EXPORTAR A LA REPUBLICA POPULAR CHINA	9
HISTORIA Y PROBLEMATICA DE LA UVA DE MESA EN SONORA	13
ENVASE Y EMBALAJE PARA LA EXPORTACION	16
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR	19
EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS	22
PROGRAMA DE IMPORTACION TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTICULOS DE EXPORTACION .	24
CONCLUSIONES	39
BIBLIOGRAFIA	41

INDICE DE ANEXOS

4.1	NECESIDADES DE PRODUCTOS EN EL MERCADO DE ORIENTE QUE SONORA PUEDE ABASTECER	26
4.2	ESPECIFICACIONES PARA UVAS SIN SEMILLA QUE RIGEN EL MERCADO DE REINO UNIDO	29
4.3	RELACION DE CULTIVOS Y SUPERFICIE SEMBRADA DE 1989 A 1992	35
4.4	MAPA DONDE SE APRECIAN LOS PAISES SEÑALADOS EN LA PRESENTE INVESTIGACION	38

RESUMEN

Se plantea la alternativa de participar en otros mercados que no sea el de Estados Unidos, con productos agrícolas sonorenses, basados en el análisis de mercado efectuado por la Consejería Mexicana en Oriente y la Comunidad Económica Europea. Se contempla la posibilidad de constituir empresas de comercio exterior y se estudia la historia y problemática de la uva de mesa, producto que puede marcar el inicio de tratos comerciales con Inglaterra. Del mismo modo, se presenta la información importante para exportar a Reino Unido, Corea del Sur y la República Popular de China, así como las necesidades de abasto de productos hortofrutícolas y las normas de calidad aplicadas en la Comunidad Económica Europea, las cuales no presentan diferencias significativas con las utilizadas por U.S.D.A.

Es mostrada además, la permanencia e incremento de la superficie dedicada a cultivos hortofrutícolas, oleaginosas y otros cultivos cuya producción es susceptible de ser exportada.

INTRODUCCION

La modificación que se dio al Artículo 27 Constitucional y su Ley reglamentaria, publicados en el Diario Oficial de la Federación del día 26 de febrero de 1992, ofrece al agricultor sonorense la integración de las sociedades mercantiles como Sociedades Anónimas (S.A.), y con esta forma empresarial participar en el comercio exterior, teniendo acceso a los estímulos que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) otorga a través de su Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), en apoyo a empresas de comercio exterior.

Una opción importante es alternar mercados para la producción agrícola sonorense, para la capitalización del campo; la balanza comercial tendrá mayor estabilidad, proporcionando al agricultor garantía en la recuperación financiera.

El Puerto de altura de Guaymas, cuenta ya con todos los servicios para el manejo de los granos, contenedores y mercancías en líquido, siendo la salida natural al Océano Pacífico y su importante mercado de Oriente. Para la transportación se tienen empresas de transporte marítimo mexicanas y extranjeras, sin descartar el servicio de carga aérea.

OBJETIVOS

La presente investigación bibliográfica y entrevistas directas a personas vinculadas con operaciones de comercio exterior, pretende generar interés en los agricultores sonorenses para la creación de nuevas salidas a mercados internacionales

La importancia de estar agrupados para la creación de infraestructura de carga y conservación de la producción, así como los beneficios que se alcanzan al industrializar la misma

Crear conciencia en las nuevas generaciones de profesionales del campo sobre la importancia que representa llevar a cabo una buena comercialización de los productos, que permita el flujo de capital en forma eficiente en el sector agrícola sonorense.

INFORMACION BASICA PARA EXPORTAR A REINO UNIDO

Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte es la vía de acceso importante al mercado de Oriente por la facilidad aduanera que ofrecen a la exportación e importación, favoreciendo el número tan variado de productos que Sonora puede abastecer (Anexo 4.1).

Sistema de gobierno

El Reino Unido es una monarquía constitucional y la Reina Isabel II es el Jefe de Estado. Mucho del poder del monarca ha ido disminuyendo a través de los siglos y la autoridad política reside actualmente en el Parlamento. La Reina retiene aún el poder de disolver el parlamento, dar su consentimiento a asuntos aprobados por él, nombrar al Primer Ministro y firmar tratados o declarar la guerra.

En la práctica, la mayoría de estos actos son llevados a cabo por los ministros de gobierno.

Ferias y Exposiciones

La promoción comercial por medio de ferias y exposiciones es una actividad importante en la Gran Bretaña, y algunos de los eventos que se

realizan en este país son de gran impacto internacional. Si la intención es explotar el mercado británico, lo recomendable es participar en un evento de esta categoría en Inglaterra.

La Feria Internacional de Alimentos y Bebidas (IFE), que se celebra en Londres a principios de año en forma tradicional, ha ido cobrando importancia y actualmente se considera el tercer evento mas importante en Europa, en donde México ha participado exitosamente con sus productos.

El Reino Unido importa una gran parte de sus necesidades de alimentos y de ciertas materia primas, lo cual hace que sea un mercado mas interesante para Sonora. Como todo mercado importante es muy competido, por lo tanto es un mercado con gran experiencia en el comercio de importación, que exige del exportador extranjero un muy alto nivel de profesionalismo en los compromisos comerciales que se concertan.

La Gran Bretaña comprende:

Inglaterra, su capital Londres.

Gales, su capital Cardiff.

Escocia, su capital Edimburgo.

Irlanda del Norte, su capital Belfast.

Principales ciudades: Londres, Manchester, Birmingham, Glasgow, Sheffield, Liverpool, Bradford.

Idioma comercial: Inglés.

Moneda: Libra esterlina.

Principales canales de distribución:

- a). Importador comercializador.
- b). Importador fabricante.
- c). Grandes cadenas de detallistas.
- d). Comisionistas/consignatarios.

Principales puertos:

Felixtowe: Puerto muy importante para la mercancía no petrolera.

Southawton: Uno de los puertos comerciales mas importantes.

Liverpool.

Milford Haven

Manchester

Tees y Harttepool.

Dover.

Aberdenn.

Días festivos y horario de trabajo:

1º de enero, viernes santo, lunes de pascua, 25 de diciembre; los días de trabajo en general son lunes a viernes, de 9:00 a 17:00 hrs, y en oficinas y bancos de 9:30 a 15:30 hrs.

Los centros comerciales y almacenes abren de 10:00 a 20:00 hrs, diariamente.

INFORMACION BASICA PARA EXPORTAR A
COREA DEL SUR

La mejor forma de penetrar al mercado coreano es con mercancía congelada; pudiendo ser papa, mezcla de brócoli y coliflor, o bien con jugos concentrados de naranja, toronja y otras frutas.

Información general.

La República de Corea del Sur limita al norte con la zona desmilitarizada que separa la Península Coreana, al este con el Mar de Japón, al oeste con el Mar Amarillo y al sur con el Estrecho de Corea.

Corea ha tenido un gobierno constitucional desde 1948, bajo el establecimiento de la presente Sexta República. El presidente es elegido mediante votación directa por un período de siete años. La Constitución garantiza a todos los ciudadanos de la república la libertad de expresión, prensa, reunión y asociación; garantiza los derechos humanos, la participación en el gobierno y la libertad en la religión o culto.

Principales ciudades:

Seúl, Pusan, Inchon, Taegu, Kuangju, Taejan, Ulsan.

Principales puertos:

Pusan.
Inchan (puerto de Seúl).
Mukho.
Ulsan.
Pohaug.

Principales aeropuertos:

Kimbo (Seúl): Internacional y doméstico.
Pusan Kimhae: Internacional y doméstico.
Isla de Cheju: Internacional y doméstico.

Idioma comercial:

El inglés es el idioma que mas se utiliza dentro de los circuitos comerciales, bancarios y oficiales. Un gran número de directivos y miembros de las compañías y bancos más importantes habla español.

Unidad monetaria:

La moneda coreana es el Won. El tipo de cambio es variable, dependiendo del Mercado Monetario Internacional, por tal motivo es recomendable que se verifique el tipo de cambio vigente, antes de realizar una cotización.

Días y horarios de trabajo:

Oficinas de gobierno y empresas: De lunes a viernes de 9:00 a 18:00 hrs, sábados de 9:00 a 13:00 hrs, y los domingos permanece cerrado.

Bancos: De lunes a viernes de 9:00 a 16:30 hrs, sábados de 9:30 a 13:00 hrs, y durante los domingos permanece cerrado.

Almacenes en general (comercio): De lunes a domingo de 10:00 a 20:00 hrs.

Clima:

Los inviernos son moderadamente fríos y secos, con prolongados días de cielos despejados y los veranos son cálidos y húmedos. La primavera y el otoño son estaciones muy agradables, ni demasiado cálidos ni demasiado fríos, con muchos días de sol. Las temperaturas extremas oscilan entre 10° C en invierno y un máximo de 38° C en verano. Las lluvias mas fuertes se registran en verano y julio es el mes normalmente mas húmedo.

Consejería Comercial de México en Corea.

Embajada de México.

98-78 Wooni-Ku.

Seúl 110, Corea del Sur.

Tels: (822) 7410380.

7414080.

INFORMACION BASICA PARA EXPORTAR A LA REPUBLICA POPULAR CHINA

La intensa población que habita China, requiere de grandes cantidades de productos alimenticios para satisfacer sus necesidades, recurriendo así a la importación de cereales, oleaginosas, condimentos, semilla, raíces, tubérculos y otros.

Información general

La República Popular China es el tercer país en extensión, después de la Unión de Repúblicas Independientes y Canadá. Tiene una superficie de 9.6 millones de Km² y 28,000 Km de fronteras y colindancias con la República Popular de Corea, la República Popular de Mongolia, la Unión de Repúblicas Independientes, Afganistán, Pakistán, Nepal, Sikkim, Butan, Birmania, Laos y Vietnam; al oeste tiene 18,000 Km de costa en el Golfo de Bohai, el Mar Amarillo, el Mar del Este de China y el Mar del Sur de China.

Sistema político

Desde el punto de vista político China se divide en tres municipios que dependen directamente del gobierno central, cinco regiones autónomas y 21 provincias, algunas de las cuales tienen una población similar a la de México.

Cómo negociar con empresarios chinos

Antes de iniciar cualquier negocio, es conveniente conocer las reglas no escritas pero definitivas en que se basan las relaciones comerciales chinas. Lo más importante es la confianza y la amistad que en ocasiones tienen prioridad sobre consideraciones comerciales; cualquier esfuerzo que se haga para ganar la confianza y amistad redundará a corto o largo plazo en la posibilidad de negociar activamente con los chinos.

La relación y los contactos personales pueden ser definitivos; debido a que las relaciones se establecen fácilmente entre connacionales, es conveniente contar con el apoyo de una persona de este origen, ya sea local o extranjera.

Ser continuo en la relación comercial una vez iniciada, es algo indispensable y en ocasiones se mantiene a través de un representante de la compañía en China.

La paciencia es un ingrediente indispensable. Los chinos ven con desconfianza a quien trata de forzarlos para que tomen un ritmo que no desean; hay una burocracia lenta pero eficaz.

Principales puertos:

Slanghai.	Mantong.
Huanpu.	Shanghai.
Dailian.	Zhanjiang.

Yantai.	Guangzhou.
Tianjin.	Wenzhou.
Qinhuangdao.	Ningbo.
Lianyungang.	Fuzhou.

Clima:

Abril-mayo: 10° a 3° C, ventoso y con tolvaneras.

Junio-septiembre: 40° a 15° C, húmedo-cálido.

Octubre: 30° a 3° C, seco-agradable.

Noviembre-marzo: 20° a 0° C, seco y rara vez nevado.

Horario de trabajo:

Las oficinas gubernamentales y la mayoría de las empresas trabajan de lunes a viernes de 8:00 a 12:00 hrs, y de 13:30 a 17:00 hrs; los sábados únicamente por la mañana.

Consejería Comercial de México en la República Popular de China:

Embajada de México.

San Litun.

Dony Wu Jie 5.

Chao Yang.

Beijing, República Popular China.

Tels: (88) 52 20 78.

52 23 16.

Corporación Nacional China para la Importación y Exportación de
Cereales, Aceites y Alimentos:

Importa cereales, oleaginosas, azúcar y condimentos.

82 Donganmen St. Beijing.

Cable: Ceroifood Beijing.

Tel: 55 51 80.

Corporación de Comercio Exterior de Fujian:

Importa todo tipo de productos, como comisionistas de las empresas
locales:

1 Shangbin Road. Fuzhan, Provincia de Fujian.

Cable: Fuji Antraco Fuzhou.

Tels: 3 40 18 y 3 42 46.

Corporación Nacional China de Semillas.

Importa semillas, raíces, tubérculos, retoños, injertos, etc.

16 Doughaun Road N Beijing.

Cable: 4429 Beijing.

Tel: 59 36 19

Corporación Nacional China para el Comercio con América Latina.

Promociona el comercio compensado y consolidado de operaciones.

Jia 6 Workerj Stadium Road (East).

Cable: Chinalameca Beijing.

Tels: 58 32 05 y 50 42 06.

HISTORIA Y PROBLEMATICA DE LA UVA DE MESA EN SONORA

Considerando las altas poblaciones y el nivel económico que predomina tanto en los países de oriente como en la Comunidad Económica Europea, sus necesidades de importar productos alimenticios son cada vez mayores, al igual que su apertura comercial al mundo; ésto ofrece a Sonora la oportunidad de participar en sus mercados principalmente con uva de mesa que en la actualidad tiene serios problemas de comercialización.

En las regiones de Caborca y Hermosillo de tienen 10,073 ha de plantaciones de vid destinadas a la uva de mesa, de las cuales 3,000 corresponden a Caborca.

Debemos reconocer que la región de Hermosillo y su zona de influencia tuvo un despegue significativo a partir de 1985, con un crecimiento de 30% anual en vid destinada a mesa. La región de Caborca ha permanecido estática en ese mismo período, como consecuencia de tener variedades de comportamiento tardío y costos de producción altos, problema al que ya le están buscando soluciones con variedades de comportamiento precoz y características que impliquen menor costo de producción.

En la comercialización de este producto el inicio de la problemática está en la práctica negativa de entregar el producto al sistema de consignación, que en la región representa el 80% del total de operaciones que se realizan, práctica que acarrea vicios y problemas que afectan el de por si difícil mercado internacional.

Logrando estandarizar este producto y tratar de consolidar un marca que sea perfectamente identificable como sinónimo de calidad y representativa de la región, iniciar una intensa campaña de publicidad para promocionar este producto y obtener una mejor penetración en los diferentes mercados internacionales, diversificándolos, y no sólo producir para el mercado norteamericano, ya que esa práctica ha llevado hasta cierto punto a depender económicamente de él, con todas las consecuencias que esto representa.

Una entrada natural al potente mercado de occidente es a través de Reino Unido, vía marítima con ruta Guaymas o Mazatlán, navegando sobre el Océano Pacífico; sin dejar de considerar la conexión aérea que se pueda establecer.

La uva de mesa que se produce en España es la primera en entrar al mercado en mención, siendo la producción chilena un segundo período, lo que deja margen para la producción de Sonora a finales del mes de julio; ésto no sería difícil por la calidad que se produce en comparación con las normas establecidas por este mercado (Anexo 4.2).

El productor sonorenses puede abastecer las necesidades de los mercados del Reino Unido, Italia, Francia y otros mas en esa misma latitud. Es de considerar que al momento de tomar esta decisión no sólo se puede exportar uva, sino también naranja, sandía, melón, mezcla de brócoli y coliflor, chile, chícharo, ajo, limón, ajonjolí y semilla de soya; estos productos representan

la oportunidad para todos aquellos cultivos que se producen con fines de exportación de los cuales la superficie de hectáreas se ha mantenido y en algunos incrementado (Anexo 4.3), por la alta calidad que se logra, garantizando así una posición en el mercado extranjero.

ENVASE Y EMBALAJE PARA LA EXPORTACION

Un aspecto importante dentro de la comercialización que puede verse beneficiado con aportaciones tecnológicas de Japón y España, sería el envase y embalaje, que por interés propio ofrecerán al productor de las mercancías que su cliente demanda.

Una exportación exitosa depende de un cúmulo de factores íntimamente relacionados, en donde dos de ellos son el envase y el embalaje que juegan un papel de suma importancia, ya que en ambos descansa la adecuada comercialización de una mercancía cualquiera.

Envase:

Es el recipiente contenedor que sirve para conservar en óptimas condiciones un producto y aislarlo del exterior. Es el material que se encuentra en contacto directo con el producto. El mercado final es quien condiciona el tamaño y forma del envase.

Materiales, forma y productos agrícolas que se pueden envasar para exportación:

Material	Forma	Producto.
Plástico	Relleno	Cacahuete, pasas, nuez.
Plástico	Bolsa	Jugos, nuez, higo, ejote hortalizas congeladas.
Metal	Acero	Jugos, salsas, curtidos

(Cont.).

Madera	Cajas	Calabaza, uva de mesa, melón, durazno, manzana.
Cartón	Sacos	Pérsimo.
Cartón encerado	Caja envase	Jugos.

En cuanto al embalaje agrupa a un conjunto de envases para protegerlos contra todo tipo de riesgos como el robo, la humedad, el apilamiento, la manipulación brusca, entre otros peligros, por lo que hay que considerar el tipo de embalaje para cada producto.

Tipos de embalaje	Producto
Caja de madera (raks)	Calabaza cabocha.
Caja de poliestireno	Uva de mesa.
Caja de madera alambrado	Flor de corte.
Bala (paca)	Algodón.
Tambor de poliestireno (200 hs)	Mermelada.

El envase además de proteger el producto tiene funciones promocionales, pues contribuye a persuadir al cliente de que compre el producto por atracción a la vista o por conveniencia de su presentación.

Para decidir el tipo de envase que tiene que utilizar un producto que se comercializará en el extranjero, se tienen que analizar las características del mercado para utilizar el mismo envase, en el caso de que las condiciones sean muy parecidas al mercado doméstico, o hacerle las modificaciones pertinentes para que cumpla de la manera mas eficiente su función de promoción y de protección.

Dentro de las características del mercado que se tienen que analizar, deben evaluarse los canales de distribución, para hacer una aproximación del tiempo que se tarda el producto en llegar del productor al consumidor.

EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR

En la presente década uno de los objetivos prioritarios de la política de comercio exterior es el fomento de las exportaciones no petroleras. Se otorga la oportunidad a personas físicas o morales dedicadas al comercio exterior en diferentes escalas, que protejan sus tratos con el respaldo del gobierno mexicano, garantizando así su continuidad. Por ser una empresa que obtendrá su registro y permiso para exportar sus productos ininterrumpidamente a cualquier parte del mundo, asimismo efectuar importaciones de materias primas, equipo, maquinaria y tecnología del país que ofrezca mejores alternativas o que sus condiciones para importar exijan un determinado porcentaje o empaque de origen nacional, como es el caso del melón chino que demanda Japón.

Por decreto publicado el 3 de mayo de 1990 las empresas de comercio exterior estarán sujetas al siguiente régimen:

1. Las empresas de comercio exterior deberán constituirse en sociedades mercantiles bajo la forma de sociedad anónima de capital variable.

2. Deberán tener como objetivo social primordial la promoción y comercialización integral de exportaciones de mercancías no petroleras.

3. Las empresas a que se refiere este decreto podrán realizar cualquier actividad de comercio exterior, incluyendo la importación de mercancías para su venta en el mercado nacional.

4. SECOFI otorgará el registro y constancia a las empresas que se encuentren en lo supuestos previstos en el presente decreto y cuenten con un capital social fijo en moneda nacional equivalente a cien mil dólares al tipo de cambio controlado.

5. Una vez obtenido su registro deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a). Conservar el capital social fijo en moneda nacional no menor al acreditado al momento de su registro.
- b). El capital social fijo acreditado al momento de obtener su registro deberá conservarse dos años después de la fecha de otorgamiento
- c). Mantener exportaciones anuales facturadas por cuenta propia de mercancías no petroleras por un importe mínimo de tres millones de dólares de los E.U.A. Para el cumplimiento de esta condición se podrá sumar el valor de las exportaciones, así como las ventas de manufacturas a las industrias maquiladoras de exportación.
- d). Mantener saldo positivo en su balanza comercial, entendiendo por ésta, el resultado de restar al valor total de las divisas obtenidas por la exportación de mercancías facturadas por cuenta propia, el valor total, en divisas, de las mercancías importadas por la empresa.

6. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), autoriza a las empresas de comercio exterior conforme a las disposiciones correspondientes, lo siguiente:

- a). Expedición de constancia de empresa altamente exportadora (ALTEX).
- b). Programa de importación temporal para producir artículos de exportación (PITEX), relativos a proyectos específicos de exportación.
- c). Servicio de información comercial gratuita.

7. Las enajenaciones que efectúen residentes en el país a las empresas de comercio exterior, se asimilarán a las exportaciones aún cuando dichas empresas no se dediquen a la referida actividad, para los efectos de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

8. Las empresas de comercio exterior (ECEX) obtendrán los beneficios que establece el artículo 24 del reglamento de la Ley del Impuesto al Activo.

9. Las ECEX obtendrán los beneficios del Sistema Simplificado de Despacho Aduanero.

10. El Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) implementará el programa de apoyo financiero a las ECEX, de conformidad con las reglas que al efecto se expidan.

11. SECOFI podrá suspender o cancelar el registro de aquellas ECEX, que incumplan las disposiciones de este decreto o presenten información falsa para obtener su registro.

EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS

Se considera empresa altamente exportadora a las personas físicas o morales productoras de mercancías no petroleras de exportación que participan de manera dinámica y permanentemente en los mercados internacionales y contribuyen a la generación de divisas. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial expedirá las constancias como empresa altamente exportadora a aquellas que cumplan con los siguientes requisitos:

1. Las empresas exportadoras directas deberán demostrar saldo favorable en su balanza comercial y exportaciones directas por un valor mínimo anual de tres millones de dólares de E.U.A. o un millón de dólares de E.U.A. como mínimo y que esta cantidad represente cuando menos el 40% de sus ventas totales.

2. Las empresas exportadoras indirectas deberán demostrar ventas anuales de mercancías incorporadas a productos de exportación o exportadas por terceros, por un valor mínimo equivalente al 50% de sus ventas totales. Para tal efecto el exportador final deberá presentar carta compromiso mediante la cual se obliga a exportar las mercancías adquiridas en la proporción acordada.

3. Las empresas que inicien operaciones productivas y/o de exportación que se comprometan a alcanzar las metas previstas para tal nominación.

4. La constancia de registro tendrá vigencia indefinida cuando la empresa haya demostrado fehacientemente que cumplió con los requisitos

establecidos; y de un año cuando no los ha cumplido y se comprometa a lograrlo.

5. Las empresas que se acojan a este decreto serán beneficiados por el Sistema Simplificado Aduanero.

6. Las empresas ALTEX que obtengan saldo a favor en sus declaraciones provisionales del impuesto al valor agregado podrán gozar del beneficio del programa de devolución inmediata para contribuyentes ALTEX.

7. BANCOMEXT implementará apoyos financieros específicos para las empresas ALTEX.

8. SECOFI cancelará el registro correspondiente a aquellas empresas que no cumplan con las obligaciones, compromisos y condiciones establecidas en el mismo, sin perjuicio de las sanciones que procedan conforme a las disposiciones aplicadas.

PROGRAMA DE IMPORTACION TEMPORAL PARA PRODUCIR
ARTICULOS DE EXPORTACION

La primera etapa del programa en su operación tenía cierta complejidad. Las importaciones tardaban mas para contar con su autorización. El comité de compras, las comisiones consultivas mixtas de abastecimiento de la administración pública federal, formaban el cuerpo colegiado que decidía si procedía o no una importación.

En el Diario Oficial de la Federación publicado el día 3 de mayo de 1990 aparece el decreto que establece programas de importación temporal para producir artículos de exportación, que recopila experiencias de la primera etapa y lo hace mas operativo, desaparecen los esquemas anteriores.

Las empresas de comercio exterior, con registro vigente expedido por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, podrán suscribir programas en los términos establecidos de este decreto para proyectos específicos de exportación. Las empresas que realicen anualmente ventas al exterior por valor superior a quinientos mil dólares de E.U.A. o su equivalente en otras divisas, o bien facturen productos de exportación, cuando menos el 10% de sus ventas totales.

Las empresas altamente exportadoras con su constancia vigente automáticamente reciben autorización para ser beneficiados por el programa para proyectos específicos de exportación que desarrolle la empresa.

El agricultor sonorense puede importar en forma temporal maquinaria, equipo, combustible, caja de trailers, envase, equipo de seguridad, tecnología para producir artículos de exportación.

ANEXO 4.1

Necesidades de productos en el mercado de oriente que Sonora puede abastecer.

Primera quincena de mayo de 1992.

Clave	Fracción Arancelaria	Nombre del producto	País
00190000206-01	7032001	Ajo	Reino Unido
00190000206-03	7131001	Chicharos	Reino Unido
00190000206-04	7099099	Chile	Reino Unido
00190000206-05	7096001	Chile	Reino Unido
00190000206-06	8053001	Limón	Reino Unido
00190000206-07	8071001	Melón	Reino Unido
00190000206-08	7109001	Mezcla de brócoli y coliflor	Reino Unido
00190000206-09	8051001	Naranja	Reino Unido
00190000206-10	8071001	Sandía	Reino Unido
00190000206-11	8054001	Toronja	Reino Unido
00190000206-12	8061001	Uva y ciruela pasa	Reino Unido
00190000207-05	12011001	Semilla soya	Reino Unido
00190000198-01	12074001	Ajonjolí	Reino Unido
00360000364-03	1206001	Semilla de girasol	Austria
00360000364-02	8062001	Pasas	Austria

Anexo 4.1 (Cont.).

Clave	Fracción Arancelaria	Nombre del producto	País
Primera quincena de agosto de 1992			
190000014-02	80231	Nuez con cáscara	Reino Unido
190000016-01	80620	Uva pasa	Reino Unido
190000016-03	80930	Duraznos	Reino Unido
2000000008-01	200930	Concentrado de cítricos	Reino Unido
Segunda quincena de agosto de 1992			
190000194-05	08	Frutas frescas	Reino Unido
190000196-02	07	Hortalizas frescas y congeladas	Reino Unido
190000194-03	080610	Uva de mesa	Reino Unido
190000193-04	200980	Jugos de frutas y vegetales	Reino Unido
190000194-02	070920	Espárrago fresco	Reino Unido
310000055-10	120740	Semilla de ajonjolí	Taiwán
190000194-01	8	Frutas frescas	Reino Unido
190000193-06	200986	Jugos de frutas y vegetales	Taiwán
310000055-01	120740	Semilla de ajonjolí	Taiwán
90000004-01	120100	Soya	Irán
190000194-03	80610	Uva de mesa	Reino Unido

Anexo 4.1 (Cont.).

Clave	Fracción Arancelaria	Nombre del producto	País
410000017-01	80620	Uva pasa	Hong Kong
40000013-01	70320	Ajo	Japón
310000063-01	200980	Concentrados de frutas	Taiwán
190000246-08	200600	Frutas enlatadas	Reino Unido

ANEXO 4.2

Especificaciones para uvas sin semilla que rigen el mercado de Reino Unido.

Departamento 889.

Número de acomodamiento

L) 124- Uva blanca sin semilla

M) 139- Uva roja/negra sin semilla

Materias primas:

De donde provienen:

Australia, Chile, Africa del Sur, Israel,
Grecia, Italia, España.

Variedades:

Thompson Seedless, Sultana, Superior Seedless,
Perlette, Ruby Seedless, Flame Seedless.

Otras variedades específicas deben comprarse en
la oficina de ventas sólo si son probadas.

Condiciones:

La fruta debe estar limpia y libre en la
superficie de agua, tierra contaminada,
depósitos visibles de sprays y materias
extrañas.

Debe estar intacta, deben sonar internamente y
externamente y ser seleccionada de tal manera
que se mantenga en buenas condiciones para
empacarse, transportación y manejo por el
consumidor y debe proveer una estantería
razonable para después de la venta.

Anexo 4.2 (Cont.).

Requerimiento de calidad
y tolerancia

El estándar mínimo son aquellos para la Comunidad Económica Europea (CEE). Clase I. Los puntos siguientes deben ser particularmente enfatizados.

Cosecha

Las uvas deben ser cosechadas cuando estén completamente maduras y dulces, aunque no deben estar pasadas después de recogerlas.

Los mazos deben ser recogidos en el frío (fresco) de la mañana y ser refrigeradas lo mas pronto posible, preferentemente en las primeras seis horas después de recogerlas.

La fruta debe estar con el mínimo de tierra posible y tratar de no arrancar los retoños.

La fruta no debe estar lavada y estar intacta.

Madurez

Las uvas deben de estar completamente desenvueltas, maduras, firmes, y un poco flexibles cuando se le aplica cierta presión; no blandas, sobremaduras o magulladas. Deben estar firmes; agarradas sobre el palo y con un buen espacio entre ellas.

La madurez debe estar equitativamente distribuida entre ellas.

Anexo 4.2 (Cont.).

El palo debe estar fresco y verde, no seco y café, tolerancia 5%.

Tamaño

Para Thompson Seedless, Superior y negra sin semilla, el tamaño mínimo debe ser de 16 mm de diámetro; para otras variedades el tamaño mínimo es de 14 a 16 mm; tolerancia de 10% por cuenta.

Forma/color

Los mazos deben estar en forma, desarrollo y coloración típico de la variedad.

No deben estar arrugadas o sobreestiradas.

Una pequeña coloración de naranja/café, debido a los rayos del sol es permitida; que en sólo el exterior se encuentre, no en el interior y que en conjunto no se les note mucho.

Textura/sabor

Debe ser dulce, jugosa y libre de malos olores que pueden alejar la atención del cliente.

El mínimo de azúcar requerido es 16%, tolerancia 5% por cuenta.

Defectos progresivos

Debe estar libre de defectos que causen la pudrición o subsecuente deterioro.

Anexo 4.2 (Cont.).

- I) Magulladuras, marcas, zanjas o partiduras a menos que estén curadas completamente. Tolerancia 1%, por el peso.
- II) Lesiones causadas por hongos como Mildew o Botrytis. Tolerancia 0.5% por el peso.
- III) Injurias (daños) causadas por insectos, pájaros. Tolerancia.
- IV) Si se le encuentran insectos vivos, como termitas o arañas en cualquiera de sus estados de desarrollo serán rechazadas.

Defectos no progresivos

Debe estar libre de defectos que afecten la apariencia de la fruta.

- I) Uvas trozadas: 4% por peso.
- II) Rociadas o blanqueadas por sulfuro o por quemadas del sol: 2% por peso.
- III) Deformadas, pocas o muy escasamente, uvas polinizadas: 1% por peso.

Las tolerancias agregadas no deben exceder el 6%.

Presentación/empaques.

Empaques y peso

Todo material de empaque debe ser nuevo, limpio y que se pueda usar para comida; de un material que no le cause daño a la fruta.

Anexo 4.2 (Cont.).

Los exteriores deben ser hechos de cartón con medidas 50 x 30 x 12 cm, aproximadamente. Deben estar separadas con papel blando para encerrar completamente a la fruta durante su transportación. Para preservar la fruta un dióxido sulfúrico o hojas de gases, pueden ser incluidas en la caja, arriba de las uvas, pero no en contacto directo.

Las hojas deben ser removidas antes de llegar a J.S. Depots.

Los mazos individuales deben estar empacados con flechas apuntando hacia arriba, y con las bolsas con el logotipo de J.S. Depots.

El peso preferido por mazo es 400 a 600 gramos, con un mínimo de 359 g y máximo de 750 g, cada caja debe contener un mínimo de nueve bolsas.

Estos pesos netos por caja no deben ser menores de 5 Kg y un extra de 100 g.

Etiquetado

- A) Descripción del acomodo.
- B) Lugar de origen.
- C) Clase I.
- D) Variedad.
- E) Peso neto del contenido.
- F) Nombre y dirección de la empacadora.

Anexo 4.2 (Cont.):

G) Número de departamento y el número de
acomodo.

H) Unidad de desplazamiento (el día de empaque
más (+) tres días.

ANEXO 4.3

Relación de cultivos y superficie sembrada de 1989 a 1992

Cultivos	Superficie sembrada por ciclo agrícola (has)			
	1988-1989	1989-1990	1990-1991	1991-1992
OTOÑO-				
INVIERNO.				
Garbanzo	17,159	7,932	11,263	17,941
Ajo	-	-	269	429
Cebolla	-	-	370	516
Cebollín	-	-	1,125	1,405
Brócoli	-	-	991	730
Coliflor	-	-	701	326
Chicharo	-	-	192	752
Calabacita	-	-	687	2,524
Calabaza cabocha	-	-	993	235
Melón	-	-	1,833	1,801
Papa	3,268	2,520	2,829	3,740
Hortalizas				
varias	18,895	20,334	8,921	10,613
Sandía	-	-	2,224	2,366
Tomate	-	-	1,254	1,717
Chile	-	-	2,594	3,783
Lechuga	-	-	845	578

Anexo 4.3 (Cont.).

Cultivos	Superficie sembrada por ciclo agrícola (has)			
	1988-1989	1989-1990	1990-1991	1991-1992
PRIMAVERA-				
VERANO				
Algodón	37,634	21,962	47,778	10,300
Soya	3,113	118,629	90,135	119,802
Ajonjolí	35,988	15,537	12,505	5,960
Cacahuete	-	-	659	991
Papa	-	-	217	488
Chile	-	-	577	944
Lechuga	-	-	382	198
Calabacita	-	-	1,453	564
Cebolla	-	-	216	172
Cebollín	-	-	782	432
Melón	-	-	4,209	3,050
Sandía	-	-	1,509	1,953
Tomate	-	-	727	3,017
Hortalizas				
varias	10,721	9,912	507	775
PERENNES				
Vid mesa	12,140	12,577	13,435	10,073
Vid indust.	14,000	15,000	13,859	16,419
Cítricos	7,821	7,529	8,941	8,573
Nogal	2,778	-	2,889	2,850

Anexo 4.3 (Cont.).

Cultivos	Superficie sembrada por ciclo agrícola (has)			
	1988-1989	1989-1990	1990-1991	1991-1992
Espárrago	-	-	3,997	4,765
Olivo	-	-	1,584	1,916
Durazno	-	-	1,024	868
Manzano	-	-	581	532
Jojoba	-	-	693	753

- Cifras no desglosadas.

Fuente: SARH.

ANEXO 4.4

MAPA DONDE SE APRECIAN LOS PAISES SEÑALADOS EN LA PRESENTE INVESTIGACION

Ediciones Inter Americanas

EUROPA

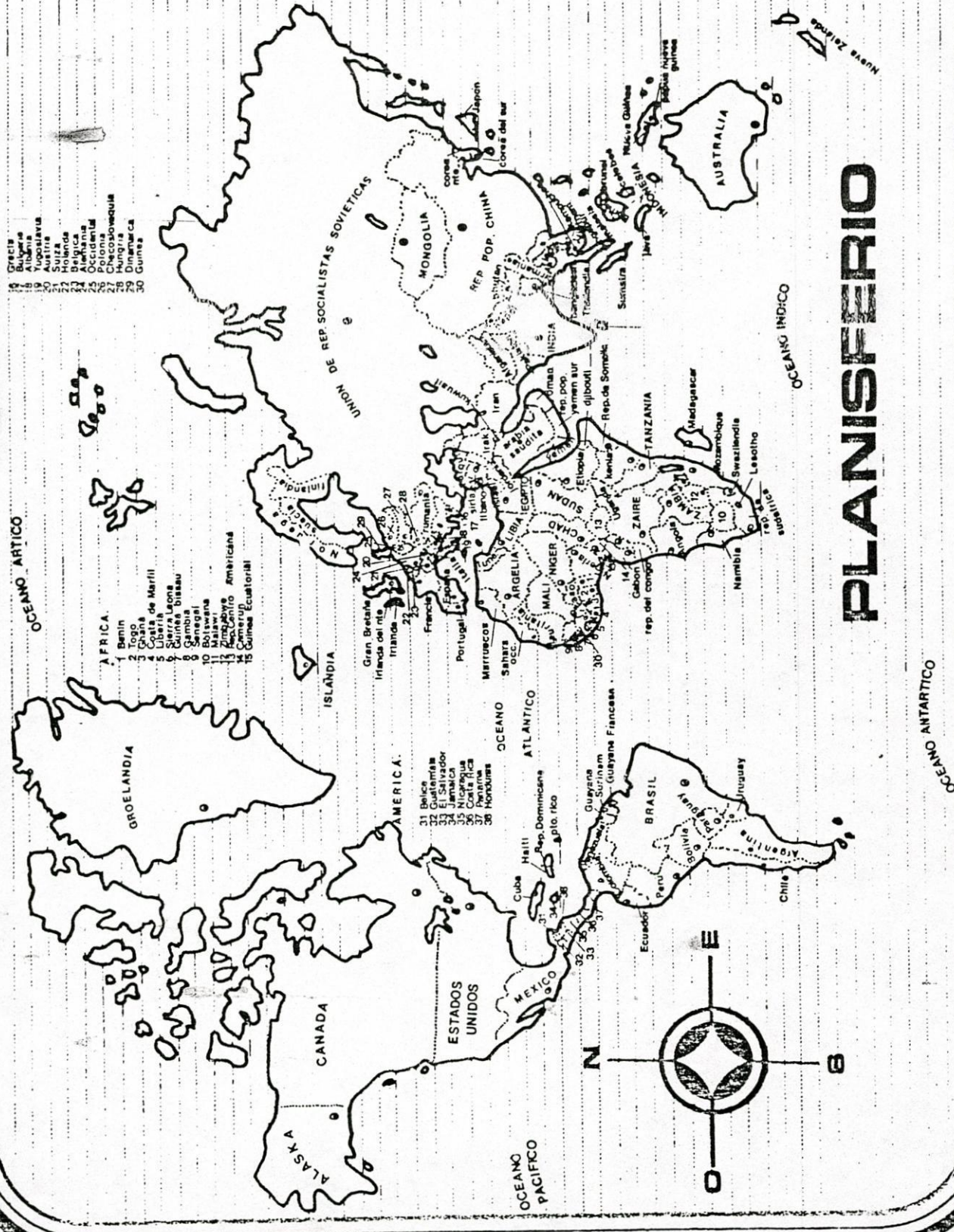
- 16 Grecia
- 17 Bulgaria
- 18 Yugoslavia
- 19 Austria
- 20 Suiza
- 21 Bélgica
- 22 Alemania
- 23 Occidental
- 24 Checoslovaquia
- 25 Hungría
- 26 Dinamarca
- 27
- 28
- 29
- 30

AFRICA

- 1 Benin
- 2 Togo
- 3 Ghana
- 4 Costa de Marfil
- 5 Sierra Leona
- 6 Guinea Bissau
- 7 Senegal
- 8 Gambia
- 9 Guinea
- 10 Botswana
- 11 Malawi
- 12 Zambia
- 13 Angola
- 14 Namibia
- 15 Sudafrica
- 16 Argelia
- 17 Mauritania
- 18 Mauriticos
- 19 Mauritius
- 20 Egipto
- 21 Libia
- 22 Siria
- 23 Irak
- 24 Arabia Saudita
- 25 Jordania
- 26 Israel
- 27 Yemen del sur
- 28 Oman
- 29 Emiratos Arabes Unidos
- 30 Arabia Saudita
- 31 Egipto
- 32 Egipto
- 33 Egipto
- 34 Egipto
- 35 Egipto
- 36 Egipto
- 37 Egipto
- 38 Egipto
- 39 Egipto
- 40 Egipto

AMERICA

- 31 Belice
- 32 Guatemala
- 33 El Salvador
- 34 Nicaragua
- 35 Costa Rica
- 36 Honduras
- 37
- 38
- 39
- 40



PLANISFERIO

OCEANO ANTARTICO

OCEANO INDIICO

OCEANO ARTICO

OCEANO PACIFICO

OCEANO ATLANTICO

CANADA

ESTADOS UNIDOS

MEXICO

BRASIL

ARGENTINA

URUGUAY

CHILE



GROELANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

ISLANDIA

CONCLUSIONES

La diversidad de mercados y su permanencia en los mismos, incrementará el flujo de capital en el campo sonorense, recuperando el poder de compra que lo caracterizó y mantuvo al frente como renglón importante de la economía de la entidad. La oportunidad de abastecer uva de mesa, melón, sandía, entre otros que el mercado de Reino Unido ofrece a los productores es cada vez mas atractiva y prometedora, dada la calidad y cantidad de producción que se logra permite atender el mercado del futuro, sin descuidar el mercado tradicional de Estados Unidos de América. Esta combinación de mercados después de un período de tiempo permitirá al agricultor sonorense romper por completo el sistema viciado de la entrega a consignación de su producto, reduciendo así el número de distribuidores y evitar la caída del mercado, situación que originan los distribuidores en el intento de obtener mayor utilidad dada la costumbre del productor sonorense.

Considerando la forma en que la agricultura del Estado de Sonora ha permitido la tecnificación, que siempre un grupo minoritario acepta los cambios y corre los riesgos. Una vez aplicado este criterio en la comercialización se requieren nuevas salidas para la producción, las cuales crearán un grupo pequeño de agricultores que están dispuestos al cambio y correr el riesgo que esto representa.

Para lograr su propósito será necesario formar una asociación que cuente con personal experto en comercio exterior que analice la forma contractual y requerimientos de infraestructura para comerciar con Inglaterra.

A este grupo que esta propiciando el cambio se le unirán otros productores que entregan su producto para la venta al mercado exterior, por una comisión que los de la relación les cobrarán convirtiéndose de esta manera en distribuidores, los que una vez bien establecidos no permitirán que se quede producto sin cosechar ni comercializar, como ya ha sucedido.

La industrialización y congelamiento de productos hortofrutícolas, es otra forma de poder esperar condiciones de mercado o bien da seguridad al momento de enviar un pedido al evitar riesgos de deterioro.

La integración y formación de sociedades para la creación de empresas de comercio exterior, que pueden ser o llegar a nominarse altamente exportadoras, es también una necesidad que la agricultura moderna considera. Los beneficios y apoyos que se dan a empresas registradas propiciará un incremento en la regulación de empresas dedicadas al comercio exterior o inicien actividades de este tipo, situación que fortalece la rotación de cultivos donde predominan hortalizas y frutales.*

*Fuente directa. Roberto Valenzuela González. Pdte. de la Asoc. de Productores de Uva de Mesa. Hermosillo, Son.

BIBLIOGRAFIA

1. Torres Gaytán Ricardo. "Teoría del comercio internacional". Editorial Siglo Veintiuno, decimosexta edición. 1990.
2. Gary L. Lilien, Philip Kotler. "Toma de decisiones en mercadotecnia", Editorial Continental, primera reimpression, agosto 1991.
3. Ortiz Wadgymer Arturo. "Manual de comercio exterior de México", Instituto de Investigaciones Económicas UNAM, Editorial Nuestro Tiempo.
4. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. "Cómo exportar a Reino Unido", Distribuciones y Servicios Editoriales, S.A. de C.V., Junio de 1987.
5. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. "Cómo exportar a Reino Unido", Distribuciones y Servicios Editoriales, S.A. de C.V., Julio 1992.
6. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. "Cómo exportar a la República de Corea", impreso en México, 1987.
7. Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. "Cómo exportar a la República Popular China", impreso en México, 1986.
8. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. "Cómo exportar a la República de Corea", impreso en México, 1992.

9. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. "Cómo exportar a la República Popular China". Impreso en México, 1992.
10. Centro de Servicios al Comercio Exterior. "Boletín de oportunidades comerciales internacionales". BANCOMEXT-SECOFI, Boletín Quincenal No. 139 al 157, 1992.
11. Conacex Sonora. "Información sobre comercio exterior". Revista de edición mensual No. 31-92.
12. Conacex Sonora. "Información sobre Comercio Exterior". Revista de edición mensual No. 34-92.
13. Gaceta Agropecuaria "Sonora 2000", Año 1, No. 3, Agosto-Septiembre, 1992.
14. Lic. Víctor Alfaro Jiménez, Lic. Yadira Pérez. "Estrategia de marca, empaque y precio ante la competencia internacional". Revista Estrategia Industrial, 1992.
15. Diario Oficial de la Federación. "Decreto que regula el establecimiento de empresas de comercio exterior". 3 de Mayo de 1990.
16. Diario Oficial de la Federación. "Decreto que regula el establecimiento de empresas altamente exportadoras", 3 de Mayo de 1990.

17. Diario Oficial de la Federación. "Decreto que establece el programa de importación temporal para producir artículos de exportación". 3 de Mayo de 1990.

18. Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos. "Informe estadístico de cierre de ciclo agrícola en el Estado, ciclos 89 al 92". Subdelegación de Política Sectorial y Concertación Social.