

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA AGRICULTURA EN MÉXICO

En los últimos años la agricultura nacional ha perdido gran parte de sus integrantes, cada día menos personas se dedican al cultivo o a la cría de animales. Se considera que sólo 2 a 3 por ciento de nuestra población se dedica al campo, y ser campesino o agricultor por lo general es sinónimo de pobreza. Los precios de los alimentos se elevan constantemente e incluso suele haber escasez debido al abandono del campo y las condiciones climatológicas actuales. Estos factores provocan severos problemas de alimentación en gran parte de los países del mundo (SAGARPA, 2003).

El tomate es la aportación vegetal de México más extendida mundialmente. La aceptación que tiene en las diversas culturas del mundo se evidencia por ser el segundo producto hortícola en el consumo mundial. Es un importante generador de divisas y generador de empleos para el país (Galarza, 2003). Su producción ha tenido un crecimiento muy fuerte, de 28 mil millones de toneladas en 1961 a más de 100 mil millones en el año 2000. La producción mundial se ha mantenido estable, con un nivel promedio anual de 86 millones de toneladas. México ocupa el décimo lugar en su producción y representa al segundo exportador a escala mundial (20.86%) (Macías, 2003).

A nivel continental, según los reportes de la FAO, Asia participa con poco más del 50%, seguida de América con 20%, Europa 15% y el resto proviene de Oceanía y África (SAGARPA, 2003).

México ocupa el tercer lugar a nivel mundial como país exportador de tomate, con volúmenes cercanos a las 600 mil toneladas anuales, la mayoría con destino a nuestro mercado natural: los Estados Unidos de América que adquiere 99% de la producción Mexicana, lo que significa 82% de sus importaciones (SAGARPA, 2002).

Se considera que a nivel internacional las hortalizas junto con las frutas ocupan en nuestros días el segundo lugar de los productos agropecuarios, con un poco de ventaja por los cereales. Se estima que tan solo dos hortalizas contribuyen con el 50% de la producción en el mundo: la papa y el tomate, lo cual nos indica el enorme valor que este último cultivo representa no sólo en el comercio, sino también en el sistema alimentario mundial. México ocupa el décimo lugar a

nivel mundial como productor de tomate, pero es el tercer comercializador del producto en el mundo (Aserca, 1998).

Por su alto valor comercial, el tomate ha representado tradicionalmente un ingreso de divisas muy importante para nuestro país, únicamente superado por el ganado vacuno. Por ello, México debe continuar exportando este producto, e incluso incrementar los volúmenes ya que somos altamente competitivos en los mercados internacionales (SIAP, SAGARPA, 2001).

2.2 TENDENCIAS EN EL MERCADO DE ALIMENTOS

De acuerdo a Stewart (Stewart, 1999) existen nuevas tendencias globales en el consumo de alimentos que se están imponiendo en los mercados y que dependen en gran medida de las condiciones económicas concretas de cada país. Entre estas tendencias destacan las siguientes:

- Mayor énfasis hacia alimentos sanos (alimentos orgánicos y naturales);
- Creciente demanda de suplementos y alimentos enriquecidos; menor consumo de carne, tendencia al cambio a carnes blancas, y más comida multicultural;
- Mayor diversidad de alimentos y formas de preparación convenientes para los consumidores (uso de microondas, alimentos listos para comer en cualquier lugar);
- Mayor conciencia hacia aspectos del medio ambiente:
 - Presión de la población local por sistemas de producción y comercialización más limpios,
 - Desarrollo de productos dirigidos a grupos específicos de compradores;
 - Fortalecimiento de políticas públicas hacia la protección del medio ambiente y el uso racional de la energía, y
 - Menor uso de empaques convencionales y/o uso de empaques reciclables.
- Creciente énfasis hacia la alimentación nutritiva pero económica y mayor gasto en productos de lujo,
- Expansión de homeshopping, es decir compra a través de internet.

El creciente consumo de alimentos sanos se ubica dentro de estas nuevas tendencias globales y resulta por la preocupación del medio ambiente y llevar una vida sana. Alimentos sanos se refiere específicamente al grupo de alimentos que se producen utilizando sólo insumos naturales a través de prácticas especiales (composta, abonos verdes, uso de insecticidas

naturales entre otros), para la obtención de productos libres de residuos de compuestos artificiales nocivos, esto, no sólo en el producto en sí, sino también en su transporte, envase, embalaje y etiquetado. A la agricultura que cumple con estos propósitos se le denomina ecológica, orgánica o biológica (De Grammont, 1999).

2.3 VENTAJAS DE LA PRODUCCIÓN BAJO INVERNADEROS

La producción de cultivos bajo invernadero es una de las técnicas más modernas que se utilizan actualmente en la producción agrícola. La ventaja del sistema de invernadero sobre el método tradicional a cielo abierto, es que, bajo invernadero, se establece una barrera entre el medio ambiente externo y el cultivo. Esta barrera limita un microclima que permite proteger el cultivo del viento, lluvia, plagas, enfermedades, hierbas y animales. Igualmente, esta protección permite al agricultor controlar la temperatura, la cantidad de luz y aplicar efectivamente control biológico para proteger el cultivo (Rubio, 2006).

El invernadero se considera como una estructura con las medidas requeridas y cubiertas con determinado material translúcido o transparente, que permita tanto el crecimiento óptimo de las plantas, como el acceso a las personas para laborar en el cultivo. Las formas de la estructura no cuentan con una regla. Pueden ser circulares, elípticas, de una o dos aguas, con una altura mínima en su parte más baja de 2,50 m² y en su parte alta, de 4m (Kaya, Burton, Higos (2001). Durante el día, se acumula dentro del invernadero el calor que no sobrepase las temperaturas máximas críticas para el adecuado desarrollo de las plantas. Este calor es retenido durante la noche evitando que el descenso térmico incida en los cultivos, lo cual ocasionaría paros vegetativos que reducirán el rendimiento (Kaya et al 2001).

Tomando en cuenta las siguientes consideraciones, podemos conocer la factibilidad y potencial de un proyecto para el cultivo de tomate, y así emprender su realización. Para la construcción del invernadero es necesario tener en cuenta la situación geográfica, orientación de norte a sur si es posible, las temperaturas máxima, mínima y media, las posibilidades de heladas, el régimen de vientos, la humedad relativa, el régimen de lluvias, la radiación solar y la especie que se va a sembrar (Wills, Honea, Ray, Buschermohle, Straw y Sams, 2002).

El invernadero cuenta con una cubierta que bloquea la radiación ultravioleta, pero debe ser permeable a la radiación solar del resto de la banda y retener la energía calorífica generada por las radiaciones que emanan del suelo y de las plantas; minimizar los problemas que se derivan

de la condensación de agua; tener larga duración y costo balanceado con los beneficios. Para un invernadero se considera la luminosidad con características de transmisión, reflexión y absorción de luz (Alkokaik y Ghaly, 2005).

El piso sobre el cual se construye el invernadero estará libre de basura y piedras grandes. La superficie debe ser lisa, con una ligera pendiente no más de 1.5 a 2 por ciento, en sentido transversal y longitudinal. El invernadero de estructura metálica es de costo promedio, aunque depende también de la calidad de los materiales usados. En estas estructuras es más fácil instalar doble recubrimiento de plástico; es decir, un doble techo que permita ahorros considerables en el manejo de las temperaturas ambientales para cultivos. (Wills et al, 2002).

Los puntos expuestos en los párrafos anteriores dejan claramente establecido que el grado de protección y abrigo que una plantación tiene en invernadero no puede ser conseguido al aire libre y es la razón fundamental por la cual es mucho más alta la productividad bajo invernadero (Rubio, 2005).

Al producir en invernadero tendremos mejor y mayor calidad del producto, altos rendimientos por unidad de superficie, posibilidad de cosechar repetidamente la misma especie de producto al año, ahorro en el consumo de agua, reducción de costos de producción y mayor limpieza e higiene (Venegas, Cepeda, Rancel y Gómez, 2003).

Otro punto importante de la producción bajo invernadero es la generación de empleos fijos, el gran problema del campo es que la siembra tradicional involucra el plantar, emigrar y regresar a cosechar, lo que no crea más allá de empleos temporales que son durante la siembra y en la cosecha, los invernaderos necesitan mano de obra fija debido a las diversas actividades que hay que hacer en su interior, se estima que un invernadero de 2000 metros cuadrados genera 4 empleos fijos directos y 10 indirectos, es por ello la importancia de ver los invernaderos como un factor de desarrollo rural en zonas marginadas (Reca y Echeverría, 1998).

2.3.1 Productos Orgánicos

Los alimentos orgánicos no utilizan nitratos como fertilizante y los alimentos certificados como orgánicos no son modificados genéticamente. Existen investigaciones que sugieren que la agricultura convencional está degradando la calidad de los alimentos. En un estudio realizado por el Journal of the American College of Nutrition en el 2004, se analizaron datos de 43 terrenos desde 1950 hasta 1999. Los resultados demostraron que hubo un decremento en seis

de los trece nutrientes examinados, los cuales fueron los siguientes: proteína, calcio, fósforo, hierro, riboflavina y ácido ascórbico. La reducción de porcentajes osciló desde 6% de proteína al 38% de riboflavina. Los autores sugieren que las diferencias en estos porcentajes probablemente reflejan cambios en variedades cultivadas entre 1950 y 1999 entre los cuales hubo cambios en el terreno y el contenido de los nutrientes (Diver, Kuepper y Born 2004). Muchas personas opinan que los alimentos orgánicos tienen mejor sabor y esto se debe a su mayor frescura.

2.4 EL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA GLOBALIZACIÓN

El escenario probable para el año 2020 será aquel en el que la interdependencia de los países es casi absoluta desde el punto de vista económico, tecnológico, ecológico, cultural y político. La globalización de la economía estará consolidada y las fronteras nacionales serán apenas linderos de marcadores de países interpenetrados. El dinamismo de los flujos internacionales de mercancías, servicios, capitales, mano de obra y tecnologías irá acompañado de importantes aunque menores ritmos de crecimiento de la producción mundial (Reca y Echeverría, 1998).

Los mercados de los países desarrollados se encuentran recíprocamente abiertos a los productos y servicios del resto de los países. El acceso libre a los mercados de los países desarrollados hará obtener a los países en desarrollo ingresos adicionales de exportación. De acuerdo a las distintas estimaciones, los países subdesarrollados del mundo podrían beneficiarse de un mercado agropecuario adicional de hasta unos 70 mil millones de dólares anuales (Banco Mundial, 1994).

La apertura y la integración externa estimulan grandemente la innovación y difusión de las técnicas, así como una buena utilización de los recursos. El progreso técnico permitirá utilizar los recursos de una manera mucho más productiva que ninguna otra etapa de la vida de la humanidad; sin embargo, la productividad ha aumentado más lentamente en los países subdesarrollados que en los industriales.

Al seguir la trayectoria de países más desarrollados los países intentarán asegurar ventajas competitivas mundiales apeándose a los principios de la competencia. La libre circulación de la tecnología ha hecho mucho para incentivar a los productores nacionales a reducir sus costos

de producción por la adopción de nuevas técnicas y a crear nuevos y mejores productos (Keegan y Schlegelmich, 2001).

2.5 TÉCNICAS PARA EXPORTAR

2.5.1 Exportación Directa

Consiste en establecer contacto directo con el importador y realizar todo el proceso de la operación de exportación. Esto involucra la utilización de mayores recursos, contar con una infraestructura adecuada (oficinas), contar con recursos humanos bien capacitados en comercio internacional y, además, con una red de contactos de proveedores de servicios a las exportaciones. La empresa selecciona el mercado a donde quiere llegar, busca potenciales clientes, los contacta y negocia con ellos, envía las mercancías y finalmente efectúa la cobranza. Todo este proceso implica asumir los riesgos propios de toda operación de exportación, como por ejemplo, la ocurrencia de siniestros (incendios, desastres naturales, hundimiento del buque, entre otros), desde la producción en origen hasta la entrega de las mercancías en destino. Por otro lado, asume el riesgo de NO PAGO lo que dependerá del medio de pago utilizado y de las medidas de protección que pueda adoptar el exportador (Ball, McCulloch, Frantz, Geringer y Minor, 2004).

2.5.2 Exportación Indirecta

La empresa vende localmente sus productos a otra empresa, la que se encargará, por su cuenta y riesgo, de exportar los productos y servicios, ya sea como componente de otro más elaborado o sin hacerle modificación alguna ni incluirlo en otro producto (Lazo, 2005). Los exportadores indirectos pagan un precio por el servicio a los exportadores manufactureros, a los agentes de comisiones exportadoras y a los comerciantes exportadores (Johnson and Scholes, 2002).

2.6 BARRERAS ARANCELARIAS ENTRE MÉXICO Y LA UNIÓN EUROPEA

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las Aduanas de entrada y salida de las mercancías, y se aplican en el Comercio Exterior para agregar valor al precio de las mismas en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las similares que se fabriquen en el país (Kotler, Armstrong, Saunders y Wong 2002).

Según Bancomext, el arancel puede asumir las siguientes formas:

Ad-valórem: El arancel ad-valórem se emplea en la mayoría de las tarifas de importación y se expresa en términos porcentuales del valor en aduana de las mercancías. Este valor puede ser libre a bordo (LAB o FOB) y, en otros países, comprender el costo del bien, los seguros y los fletes (CSF o CIF).

Arancel específico: El arancel específico se expresa en términos monetarios por unidad de medida; por ejemplo: US\$5.00 por metro de tela; US\$150.00 por cabeza de ganado. En este caso, el valor real, calculado o ficticio de las mercancías no tiene ninguna trascendencia fiscal.

Arancel mixto: El arancel mixto es una combinación de los dos anteriores; por ejemplo; 5% ad-valórem más US\$1.00 por metro cuadrado de tejido poliéster.

Las mercancías se deben identificar al pasar por las aduanas y, por tal motivo existen las clasificaciones arancelarias, que establecen la homogenización de criterios, facilitan el estudio del comercio exterior y permiten efectuar estadísticas y controles (Bancomext, 2003).

2.7 CERTIFICADOS DE REGULACIONES SANITARIAS Y FITOSANITARIO EN MÉXICO Y LA UNIÓN EUROPEA

El interesado en exportar vegetales, sus productos y subproductos y cualquier material o equipo que implique un riesgo fitosanitario, debe solicitar a la Secretaría el Certificado Fitosanitario Internacional, el cual se expedirá si cumple con lo establecido en el artículo 27 de la LFSV, "los interesados en la exportación de vegetales, sus productos o subproductos y cualquier material o equipo que implique un riesgo fitosanitario, una vez que comprueben el cumplimiento de la norma oficial aplicable, podrán solicitar el correspondiente certificado fitosanitario (Diario Oficial de la Federación, 1994).

Debido a la creciente preocupación de los consumidores europeos en la relación a la seguridad de los alimentos, (conocer de dónde vienen y cómo están siendo elaborados los productos que consumen) y a raíz de importantes situaciones que causaron temor en la población, como la enfermedad de las vacas locas y la aparición de los organismos modificados genéticamente, surge en 1997 EUREPGAP. El objetivo de esta organización es elevar los estándares sanitarios de la producción de fruta fresca y vegetales acordando procedimientos para el desarrollo de buenas prácticas agrícolas (Bancomext, 2005).

De acuerdo a Bancomext, en la Unión Europea se están traspasando las normas de calidad convencionales ya conocidas, incluyendo nuevos parámetros, exigidos por el consumidor final y que se basan principalmente en la determinación de:

- Las características organolépticas y alimenticias del producto.
- Las técnicas de producción a las cuales se ha sometido el producto, y deben ser respetuosas con el medio ambiente.
- El registro y documentación de todos los atributos de los productos.
- La certificación de los productores por parte de organismos públicos o privados de reconocida solvencia.

El exportador mexicano debe tener especial cuidado en que los frutos frescos no tengan alguno de los organismos nocivos (insectos, ácaros, bacterias, hongos y virus). Deberá procurarse y demostrar que el producto exportado está libre de enfermedades, magulladuras u otras desfiguraciones. Debe adquirir el correspondiente Certificado Fitosanitario Internacional (CBI, 2005).

2.8 REQUERIMIENTOS DE EMPAQUES Y ETIQUETADO

El envase tiene como objetivo general darle al producto perecedero los atributos necesarios para sobrevivir a una gran cantidad de peligros que se pueden presentar durante el almacenamiento, el transporte y la distribución, por lo que es necesario tener en cuenta las distancias entre el lugar de origen y el destino de las exportaciones. El embalaje tiene como objetivo unificar y proteger las mercancías (Achilles1999). Bancomext en la Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea, menciona que los envases y embalajes de las frutas y verduras frescas más comunes son los siguientes:

- Envoltura de película plástica, como polietileno o PVC, a menudo bajo la forma de película retráctil, estirable o adherible.
- Bolsas de papel o de película de polietileno o polipropileno perforados, redcilla de plástico o de algodón.
- Charolas moldeadas de pulpa de celulosa, cartón, plásticos termo-formados o poliestireno expandido, envueltas con película plástica estirable.

- Canastillas o cestos, con o sin asas, hechos de madera recubierta, pulpa moldeada, cartón, plásticos termo-formados o plásticos moldeados por inyección, envueltos con película plástica o algún otro tipo de cierre.
- Cajas cerradas hechas de madera, de cartón corrugado o de cartón plegadizo.
- Sacos o bolsas de plástico o de papel.

2.8.1 Etiquetado

Bancomext (Bancomext, 2005) indica que todas las cajas de un embarque deben estar perfectamente identificadas, mostrando en cada una de ellas, de manera legible, indeleble y visible los siguientes datos:

- Nombre del emparador
- Domicilio
- Identificación simbólica
- Nombre del producto
- Nombre de la variedad
- País de origen y región de producción
- Categoría del producto
- Peso neto en kilogramos
- Instrucciones para el almacenamiento

2.9 LOGÍSTICA

La competitividad de los productos a ser comercializados depende mucho del transporte y específicamente de su costo, del tiempo de tránsito necesario para trasladar los bienes desde su origen hasta su destino, de la factibilidad de la entrega y de la seguridad del medio utilizado.

El transporte deberá integrarse a la logística de la empresa para obtener máximos resultados, y es de primordial importancia la elección del medio idóneo que requiere la mercancía. El medio de transporte idóneo para exportar productos perecederos a la Unión Europea es el marítimo; dependiendo de la negociación que tenga el exportador con el importador para cumplir con los tiempos de entrega apartados puede utilizarse el aéreo.

Es recomendable elegir un agente de carga con experiencia y la infraestructura necesaria para enviar productos perecederos a la Unión Europea o en su caso una empresa que

ofrezca de manera integral la logística y el transporte del producto desde la bodega hasta el puerto de destino (Román, 2006).

2.10 TÉRMINOS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL (INCOTERMS)

Existen dos grupos de términos que señalan las obligaciones y derechos del comprador y del vendedor y que prevalecen en las operaciones del comercio exterior: El propósito de estos términos, es facilitar las operaciones de comercio exterior y la integración del contrato de compra venta internacional o su equivalente (Bancomext, 2005).

1. Los INCOTERMS (Internacional Comercial Terms) de la Cámara Internacional de Comercio (CIC).
2. Los RAFTD (Definiciones revisadas de Comercio Exterior de Estados Unidos y elaboradas con el apoyo de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica)

El objetivo principal de los INCOTERMS, según Bancomext, 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 compra venta internacional.

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

Los Incoterms regulan tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega:

- Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor
- Costos a cuenta del comprador y vendedor
- Documentación, trámites y gestión ante autoridades gubernamentales y agentes privados

Los Incoterms se clasifican por grupos y por tipo de transporte a utilizar. Por grupos se conoce por la primera letra de las siglas del Incoterm y son las siguientes.

E = Exit (en punto de salida u origen)

F = Free (libre de flete principal)

C = Cost (costo de flete principal incluido)

D = Delivered (entregado en destino)

Los términos que inician con las letras E y F son entregados en el país de origen y los que inician con C y D son entregados en el país de destino.

Por tipo de transporte los Incoterms se clasifican en los siguientes:

A = Aéreo

M = Marítimo o fluvial

O = Cualquier tipo de transporte

T = Transporte terrestre

Tabla 2.10.1 Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS)

Grupo	Sigla	Inglés	Español	Transporte
"E" Salida	EXW	1. Ex Works (Named place)	En punto de origen (Lugar acordado)	"O"
	FCA	2. Free carrier (Named place)	Libre (franco) de porte (Lugar acordado)	
"F" Transporte Principal no Pagado	FAS	3. Free alongside Ship (Named port of shipment)	Libre al costado del buque (Puerto de embarque acordado)	"M"
	FOB	4. Free on board (Named port of shipment)	Libre (franco) a bordo (Puerto de embarque acordado)	
"C" Transporte Principal Pagado	CFR	5. Cost and freight (Named port of destination)	Costo y Flete (Puerto de destino acordado)	"O"
	CIF	6. Cost, insurance and freight (Named port of destination)	Costo, Seguro y Flete (Puerto de destino acordado)	
	CPT	7. Carriage Paid to (Named place of destination)	Flete / Porte pagado hasta (Lugar de destino acordado)	
	CIP	8. Carriage and Insurance Paid to (Named place of destination)	Flete / Porte y Seguro hasta (Lugar de destino acordado)	
"D" Destino Llegada	DAF	9. Delivered at Frontier (Named place)	Entregado en Frontera (Lugar acordado)	"M"
	DES	10. Delivered Ex - Ship (Named port of destination)	Libre en el buque (Puerto de destino acordado)	
	DEQ	11. Delivered Ex - Quay (Named port of destination)	Entrega en el Muelle (Puerto de destino acordado)	"O"
	DDU	12. Delivered Duty Unpaid (Named place of destination)	Entregado aranceles sin pagar (Lugar de destino acordado)	
	DDP	13. Delivered Duty Paid (Named place of destination)	Entregado con aranceles pagados (Lugar de destino acordado)	

Fuente:

<http://www.rilco.org/es/ContenidoEspecializado/incoterms.htm>

y

<http://www.cajaespana.es/corporativo/empresas/pyme/formacion/incoterms2000/index.jsp>

2.11 FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL

Uno de los puntos más importantes para el éxito de comercio internacional es elegir la forma de pago de mayor confianza y certidumbre. Existen diferentes formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías, las cuales se clasifican en función del nivel de seguridad y se muestran en tabla 2.11.1

Tabla 2.11.1 Formas de Pago Internacional

Nivel de Seguridad	Bajo	Cheque
		Giro bancario Orden de pago
	Medio	Cobranza bancaria internacional
	Alto	Carta de crédito

Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior. "Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea", Bancomext. Mayo de 2005, p. 63.

De estas formas de pago la carta de crédito es la que brinda mayor seguridad al exportador, de que cobrará en su plaza y al importador de que recibirá la mercancía en el punto acordado. Las modalidades de las cartas de crédito se muestran en la tabla 2.11.2

Tabla 2.11.2 Modalidades de las Cartas de Crédito

Revocables	El banco emisor puede, en cualquier momento, modificar o cancelar la carta de crédito revocable, sin que sea necesario avisar en forma anticipada al beneficiario.
Irrevocables	-Tiene como característica principal que el banco emisor se compromete en forma total y definitiva a pagar, aceptar, negociar o cumplir con los pagos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con todos los términos y condiciones. La única forma de cancelarlos o modificarlos es cuando todas las partes que intervienen en la operación expresen su consentimiento para ese efecto. -Si un exportador tiene ya en su poder una carta de crédito irrevocable sólo deberá presentar los documentos requeridos, en orden y en los plazos previstos, para obtener el pago correspondiente.
Notificada (Avisada)	-Exime a los bancos distintos del emisor de todo compromiso de pago ante el beneficiario, ya que sólo se limita a notificar al beneficiario los términos y las condiciones de la operación; el único banco que se compromete a pagar es el emisor. -El gran inconveniente de este tipo de carta de crédito es que el exportador no cuenta con la obligación absoluta e incondicional del banco notificador; sin embargo si el banco acepta notificar el crédito, pondrá un cuidado razonable en verificar la aparente autenticidad de crédito que avisa.
Confirmada	Proporciona al exportador seguridad absoluta en el pago. Por su disponibilidad, todos los créditos deben indicar claramente si se utilizan para pago a la vista, pago diferido, aceptación o negociación. Un gran número de cartas se clasifican como "a la vista", lo cual significa que el beneficiario obtendrá el pago correspondiente tan pronto como presente la documentación en orden y el banco pagador la haya revisado a su entera satisfacción.

Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior. "Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea", Bancomext. Mayo de 2005, p. 64.

2.12 MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN PARA ESTE

PROYECTO

2.12.1 Resumen Ejecutivo

Para este proyecto de exportación se escogió el Plan de Negocios que utiliza Bancomext, por lo que se seguirán los pasos indicados.

Comunica en forma general y sintética el concepto del negocio y los puntos clave del mismo para alcanzar el éxito deseado, se definen las características, tamaño y tendencias del mercado meta.

Debe incluir los siguientes puntos:

- a) Antecedentes de la empresa. Describe, en forma clara y sencilla la constitución de la empresa, su estructura organizacional y su misión.
- b) Producto. Son las características del producto así como su ventaja competitiva.
- c) Planteamiento global del proyecto. Muestra los objetivos del proyecto y conceptos clave para alcanzarlo.
- d) Mercado Meta. Precisa el bien que se venderá, su volumen y precio, en dónde, a quién y cómo se hará llegar al comprador.
- e) Requerimiento de financiamiento y proyecciones clave. Cuantifica la inversión anual requerida, se determina el punto de equilibrio y el margen de seguridad.

2.12.2 Análisis de la Empresa

Proporciona la información de la empresa enfatizando la descripción de su experiencia, habilidades y capacidad para implementar el proyecto.

Debe incluir los siguientes puntos:

- a) Constitución legal. Señala fecha de constitución y duración de la sociedad, su razón y objetivo social, se explica porque se seleccionaron las estructuras legales con las que cuenta y administrativas.
- b) Misión Empresarial. Indica cómo se formularon la misión, visión, objetivos y metas iniciales; así como las que se llevarán a cabo con motivo del proyecto.
- c) Estructura Administrativa. Incluye el organigrama con descripción de funciones.
- d) Políticas. Proporciona el detalle de las principales políticas de administración, personal y producción.
- e) Fortalezas y Debilidades. Presenta el detalle de las fortalezas y debilidades identificadas.

2.12.3 Análisis del Producto

Identifica el bien a exportar, puntualizando las características diferenciales que lo hacen atractivo para los compradores.

Debe incluir los siguientes puntos:

- a) Descripción del producto. Proporciona información sobre sus características y clasificación arancelaria.
- b) Costo de producción. Proporciona la estructura de costos, fijos y variables, así como los gastos de operación.
- c) Proceso productivo. Descripción del proceso para producción hasta que el bien está listo para su exportación.
- d) Envase y embalaje. Descripción y fotografías del envase que se utilizará internacionalmente, señalando cómo cumple con las reglas y limitantes por otros países.
- e) Normas oficiales. Señala si se cumple con las normas requeridas por México y si se ha anticipado cómo se cubrirán las requeridas en el exterior.
- f) Investigación y desarrollo. Define el motivo por el cual los consumidores preferirán la oferta de la empresa.

2.12.4 Análisis y Selección del Mercado Meta

Describe criterios de selección; calcula el mercado actual y potencial y evalúa oportunidades junto con amenazas del microentorno. También identifica a los competidores

Debe incluir los siguientes puntos:

- a) Descripción de la industria. Resume la situación actual en México y en el extranjero, la penetración doméstica de la empresa, identificando los países productores, exportadores e importadores del producto a exportar.
- b) Participación nacional. Determina el volumen y valor de importaciones y exportaciones del producto por país de origen y destino.
- c) Selección del mercado meta. Describe el país seleccionado y fundamenta por qué ahí existe oportunidad para colocar el producto.
- d) Medición del mercado. Indica tamaño actual calculado por el método de consumo aparente y de volumen.
- e) Barreras arancelarias y no arancelarias. Se identifica el arancel en vigor así como las preferencias arancelarias existentes y el tratado que tiene con el país a exportar.

- f) Precio del producto. Precio del producto en Alemania.
- g) Modalidades de pago. Señala los instrumentos mediante los cuales se paga en el mercado meta a los proveedores.
- h) Incoterms. Señala cuál se utilizará y el conocimiento de la empresa sobre obligaciones y derechos.
- i) Formalización legal de la compra-venta. Adjunta copia del convenio contrato que se utilizará para documentar operaciones internacionales.
- j) Logística y Distribución. Describe estrategias y adecuaciones vinculadas al almacenamiento del producto terminado, su salida de planta y entrega, la vía que se utilizará y los proveedores de transporte, así como los costos y límites de responsabilidad sobre la caja.
- k) Mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración. Indica las adecuaciones que se harán al producto, precio, plaza y promoción para satisfacer al mercado; las estrategias para penetrar y posicionarse en él; mencionando ferias y exhibiciones internacionales recurrentes.
- l) Clientes potenciales. Cómo se plantea identificar y contactar a los compradores.
- m) Oportunidades y amenazas. Describe particularidades de situación actual y prevista en todos los ámbitos que afecten a la economía, sustentando razones de la existencia y los planes de contingencia.

2.12.5 Análisis y Evaluación Financiera

Cuantifica requerimientos de inversión, proyecta la situación financiera (cuando menos cinco años), proporciona un desglose anual del plan financiero y evalúa la viabilidad y rentabilidad del proyecto

Debe incluir los siguientes puntos:

- a) Información histórica. Adjunta los estados financieros auditados de los últimos tres ejercicios (de no existir se aclara el motivo).
- b) Requerimientos de inversión. Cuantifica requerimientos de inversión.
- c) Punto de equilibrio y margen de seguridad. Determina los ingresos proyectados que cubren los costos fijos y variables así como los egresos prioritarios.

- d) Flujo de efectivo. Especifica volúmenes de venta y precios a los que se planea exportar, costos de producción o adquisición.
- e) Estados financieros. Proyección de los estados financieros.
- f) Razones financieras. Calcula la efectividad de los activos.
- g) VPN y TIR. Indica el valor presente neto y TIR derivado de las proyecciones.

El propósito de este capítulo es presentar un panorama general del producto a exportar, así como algunos de los requerimientos necesarios para entrar al mercado meta finalizando con el plan de exportación presentado por Bancomext, el cuál se presenta en el siguiente capítulo con las fuentes de información utilizadas para su investigación y desarrollo.