



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**  
**ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN**  
**UNIDAD TEPEPAN**



**SEMINARIO:**

**“DISPOSICIONES NORMATIVAS Y OPERATIVAS DEL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO”**

**TEMA:**

**“EXPORTACIÓN DE AMARANTO A HOUSTON, TEXAS”**

INFORME FINAL QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN RELACIONES  
COMERCIALES

**PRESENTAN:**

LILIANA ELIZABETH LINO PEREZ

**PEDRO MARTÍNEZ SÁNCHEZ**

NORMA MELINA PEREZ ZAPATA

PAUL ADRIAN RICO CANO

**Y EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO**

**PRESENTA:**

OSCAR ARMANDO SALAS MARTINEZ

**CONDUCTOR DE SEMINARIO:**

**C.P. ALEJANDRO LUIS CASTILLO CORONA**

México D.F. Agosto 2007

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A la ESCA.**

Por ser una escuela de alta calidad en la formación de nuestra carrera, por aceptarnos de entre sus filas para representarla dignamente en el ámbito laboral como profesionistas. Gracias por seguir formando profesionales durante todo este tiempo. Y por darnos la oportunidad de recibir todo el conocimiento necesario para sobresalir y ser un buen profesionista.

### **Al IPN**

Por ser una institución que a través de los años ha formado profesionales con calidad y preparación para el desarrollo e investigación de nuestra carrera. Gracias por darnos una visión amplia de lo que es el mercado laboral, de llevarnos al final del camino con valores sobre los cuales se cimienta esta casa de estudios la cual nos ha brindado la oportunidad de ser los mejores Licenciados en Relaciones Comerciales.

### **A mis Profesores**

Agradecemos a todos nuestros profesores por su labor de enseñanza, por su buena disposición y ayuda para lograr que adquiriéramos los mejores conocimientos. Gracias también por que motivaron y brindaron palabras de aliento en momentos difíciles. A todos y cada uno de ellos les queremos decir: ¡Gracias por su dedicación y enseñanza!

### **Agradecimientos a los Padres**

#### **Paúl Adrián**

##### **A mis Padres**

Gracias por tu enseñanza, principios, educación, desvelos y apoyo que desde la infancia me diste, gracias a ti y a dios el día de hoy puedo culminar una parte de mi formación profesional con éxito

#### **Norma Melina**

##### **A mis Padres**

Arnulfo y Estela que siempre y en todo momento apoyaron mis decisiones creyendo en mi, son las personas mas importantes y amadas para mi, a quienes les debo no solo la vida, sino también los esfuerzos y sacrificios a los cuales se tuvieron que enfrentar para poder brindarme una buena educación y salud a lo largo de mi vida, olvidándose algunas veces de ellos mismos.

Gracias papá por ser un padre ejemplar, del cual me siento muy orgullosa, gracias por tu apoyo, esfuerzo y constancia.

Gracias mamá ya que tus consejos y tus noches en vela no fueron en vano, por que lograste hacer de mi una mejor persona.

**A mis hermanas:**

Wendy y Mary, que son las mejores personas con quienes hubiera podido compartir mi niñez y adolescencia; y lo que falta, hoy les puedo decir que tenemos un triunfo mas ya que para mi las tres somos una misma. Las quiero.

**Oscar**

**A mis Padres**

A mis padres, por el apoyo que me brindaron, por la formación, por fomentar en mi el deseo de saber, de conocer lo novedoso y abrirme las puertas al mundo ante mi curiosidad insaciable.

**Liliana**

**A mis Padres**

Josefina y Jorge, por que gracias a ustedes me he convertido en una persona de provecho y que además de haber realizado uno de mis más grandes logros he hecho realidad uno de sus mas grandes sueños: el verme convertida en profesionista. Se que ni aun teniendo la mas grandes de las fortunas podría pagar todos sus preocupaciones, desvelos y atenciones. Los quiero mucho

**A mis Hermanos.**

Miriam y Alfredo, les doy gracias por todos los momentos agradables que hemos pasado juntos, por que gracias a eso me hicieron olvidar mis enojos.

Finalmente doy gracias a dios por tener una familia como ustedes a mi lado y por recordarme que el mundo es solo para aquellos que tienen el valor de soñar y yo alcance mi sueño.

**Pedro**

**A mis padres**

Margarita y Pedro, quienes me brindaron el apoyo durante esta etapa de mi vida y confiaron en mí, y en la cual crearon a una persona responsable y comprometida, por que me guiaron por el mejor camino que es la educación.

**A mis Hermanas**

Guadalupe, Amparo y Margarita, que me alentaron a seguir adelante y a terminar con este proyecto, que sin su apoyo este sueño no se hubiera logrado.

**A mis Amigos (as)**

Que siempre estuvieron en los momentos difíciles y que me animaron a seguir, gracias por brindarme su amistad, confianza y cariño. Y a mi novia que fue una amiga para mi y que juntos terminamos logramos este triunfo.

## Índice

Introducción	9
Capítulo I Proceso y Documentos para Exportar	11
1.1. Condiciones Actuales de la Globalización	11
1.2. Ventajas y aspectos que se deben considerar en una exportación	12
1.3. Un producto que exportar	13
1.3.1. Selección del Mercado	14
1.3.1.1. Aspectos a considerar al seleccionar un futuro mercado de exportación	14
1.4. Acceso al Mercado	15
1.5. Canales de Distribución	15
1.5.1. Exportación indirecta	15
1.6. Riesgos y beneficios en el Proceso de Exportación	16
1.7. Documentación y tramitación para exportar	17
1.7.1. Registro Federal de Contribuyentes	17
1.7.2. Marcado del País de Origen	18
1.7.3. Emblema Denominado Hecho en México NMX-Z-009-1978	18
1.7.4. Despacho Aduanero	19
1.7.5. Documentos Aduaneros	19
1.7.6. Lista de Empaque	20
1.7.7. Certificación de Calidad y Cuantificación de Mercancías	21
1.7.8. El Transporte y sus documentos	22
1.7.8.1. Documentos de Transporte	22
1.7.9. Comercialización	22
1.7.10. Conclusión	23
Capítulo II Historia, Antecedentes, Usos del Amaranto y Cifras Nacionales	24
2.1 Historia del Amaranto	24
2.2 Zonas de Producción y Cultivo del Amaranto	25
2.3 Características y Especificaciones del Amaranto	27
2.4 Características de las Variedades de Amaranto	28
2.4.1 Nutrición y Salud	29
2.4.2 Composición Nutrimental del Amaranto	29
2.5 Usos y Aplicaciones del Amaranto	30
2.5.1 Usos del Amaranto	31
2.5.2 Insumos	32
2.5.3 Producción	32
2.5.4 Transformación	33
2.5.5 Consumo	34
2.6 Comercialización y Distribución del Amaranto	34
2.7 Análisis del Amaranto en México	35
2.7.1 Tabla de Producción Agrícola Nacional	36
2.8. Producción Nacional de Amaranto	37
2.8.1 Ventas de Amaranto Reventado en el Mercado Nacional y Extranjero	37

2.9. Importaciones Mensuales del Amaranto, Precio y Cantidad.....	38
2.10 Producción de Amaranto por Estado.....	39
2.10.1 Distrito Federal.....	39
2.10.2 Tlaxcala.....	39
2.10.3 Puebla.....	40
2.10.4 Hidalgo.....	40
2.10.5 Oaxaca.....	41
2.10.6. Campeche.....	41
2.10.7 Chiapas.....	42
2.10.8 Grafica Nacional de Producción de Amaranto.....	42
2.11 Precio Nacional del Amaranto (Reventado, Harina, Barra).....	43
2.11.1. Al consumidor final.....	43
2.11.2. Al mayoreo.....	43
2.11.3 Determinación de precio del amaranto reventado nacional en la Transformación.....	43
2.12. Conclusión.....	44
Capitulo III Análisis del País meta, Análisis del Comercio Exterior de México y el Mercado del Amaranto.....	45
3.1. Estados Unidos de América.....	46
3.2. Población.....	46
3.3. Moneda.....	47
3.4. Participación en organismos internacionales.....	47
3.5. Importancia del Comercio en Norteamérica.....	47
3.6. Producto Interno Bruto por Estado (2006).....	47
3.7. Análisis de la Economía de Estados Unidos.....	48
3.8. Situación Económica de EUA.....	49
3.8.1. Características principales de la economía de estados unidos.....	49
3.9. Recursos naturales.....	49
3.10. Productos agrícolas.....	49
3.11. Principales industrias.....	49
3.12. Cifras de Comercio Exterior de Estados Unidos.....	51
3.12.1 Relaciones comerciales entre México y Estados Unidos.....	51
3.13. Principales socios de Exportación.....	52
3.14. Principales socios de Importación.....	52
3.15. Principales sectores que importa Estados Unidos.....	52
3.16. Principales sectores que exporta Estados Unidos.....	53
3.17. El Mercado de Houston, Texas.....	53
3.17.1. Economía.....	54
3.17.2. Población.....	54
3.17.3. Industria y comercio.....	54
3.17.4. Industrias relevantes.....	55
3.17.5. Principales productos importados.....	55
3.17.6. Principales áreas de oportunidad comercial.....	55
3.18. Razones por las que seleccionamos Houston, Texas como nuestro mercado.....	56
3.19. Cifras de Comercio Exterior de México.....	56

3.19.1. Balanza Comercial de México General.....	56
3.19.2. Exportaciones Totales de México.....	56
3.19.3. Importaciones Totales de México.....	57
3.19.4. Importaciones y Exportaciones por Sector Productivo.....	58
3.19.5. Principales socios de Exportación.....	58
3.19.6. Principales socios de Importación.....	59
3.20. Análisis del Mercado del Amaranto.....	59
3.20.1. Fracciones Arancelaria del Amaranto (Barra, Harina y Reventado).....	60
3.20.2. Fracción del Amaranto reventado.....	60
3.20.3. Fracción del Amaranto reventado.....	62
3.20.4. Fracción de Harina de Amaranto.....	64
3.20.5. Fracción de la Barra de Amaranto.....	66
3.21. Precios Mundiales del Amaranto.....	69
3.22. Participación Mundial de Amaranto.....	70
3.23. Importancia de la Certificación del Amaranto.....	72
3.24. Conclusión.....	73
Capitulo IV Aspectos Aduaneros, Arancelarios y no Arancelarios.....	74
4.1 Procedimientos Aduaneros en México.....	74
4.1.1. Tramites Generales y Documentos Básicos.....	74
4.1.1.1. RFC del Productor.....	74
4.1.2 Documentos necesarios por parte del exportador que requiere el agente aduanal.....	74
4.1.2.1 Fracción Arancelaria del Producto a Exportar.....	74
4.1.2.2 Pedimento de Exportación.....	75
4.1.2.3. Factura Comercial.....	79
4.1.2.4 Certificado de Origen.....	80
4.1.2.5. Lista de Empaque.....	83
4.1.2.6. Certificados de la Secretaria de Salud y la SAGAR.....	84
4.1.2.6.1 Certificados de la Secretaria de Salud.....	84
4.1.2.6.2. Certificados de la SAGAR.....	90
4.1.3. Estructura y Tarifa Arancelaria.....	92
4.1.4. Tipo de Arancel.....	93
4.1.5. Reglas de Origen.....	94
4.2. Aspectos no Arancelarios.....	94
4.2.1 Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos.....	95
4.2.2 Buenas Prácticas de Manufactura.....	96
4.2.2.1 Principales puntos de vigilancia en un proceso de Buenas Prácticas de Manufactura.....	96
4.2.3 Regulaciones de Etiquetado.....	97
4.2.4. Descripción de la Información Nutrimental en la Etiqueta.....	99
4.2.5. Código de Barras.....	100
4.3 Distribución Física Internacional del Producto.....	100
4.3.1 Empaque.....	101
4.3.2 Embalaje.....	101
4.3.3. Norma Oficial Mexicana NOM-EE-59-1979.....	101
4.3.4. Distribución por Venta Directa.....	102

4.3.5. Selección del Medio de Transporte.....	103
4.3.5.1 Documentos.....	103
4.3.6. INCOTERM.....	104
4.4. Conclusión.....	105
 Capitulo V Resumen Ejecutivo.....	 106
5.1. Historia de la empresa “El Pavo Real S. P. De R. L.”.....	106
5.2. Constitución de la empresa.....	107
5.3. Misión.....	108
5.4. Visión.....	108
5.5. Objetivos.....	108
5.6. Producto y/o Servicio a vender al mercado extranjero.....	109
5.7 Fracción Arancelaria.....	109
5.7.1. Ventajas del Producto (Amaranto Reventado).....	109
5.8. DAFO del producto en México.....	110
5.8.1. DAFO del producto en Houston, Texas.....	111
5.8.2. Problemática a resolver.....	111
5.9. Precio x kilogramo y tonelada.....	111
5.10. Publicidad.....	112
5.11. Promoción.....	112
5.12. Identificación de la competencia nacional.....	112
5.13. Segmento de mercado.....	114
5.14. Estudio de Mercado.....	114
5.15. Aspectos legales a considerar en materia de comercio exterior.....	115
5.16. Impuestos a la exportación.....	115
5.17. Tramites para exportar.....	115
5.18. Norma Oficial Mexicana.....	116
5.19. Transporte.....	116
5.19.1 Costo del Transporte (+ el seguro).....	117
5.19.2 Costo de los servicios aduanales y cruce de frontera.....	117
5.20. Canal de Distribución.....	118
5.21. Embalaje.....	118
5.22. INCOTERM.....	119
5.23. Análisis de los resultados de la investigación de mercado realizada.....	120
5.24. Cuestionario.....	121
5.25. Graficas de Resultados.....	123
5.26. Resultados de la Encuesta.....	132
5.27. Conclusión.....	132
 Anexos.....	 133
 Pedimento de Exportación.....	 133
Factura Pro forma.....	134
Certificado de Origen.....	135
Lista de Empaque.....	136
Avisos de Apertura o Funcionamiento.....	137

Solicitud de Certificado para Exportación (Buenas Practicas Sanitarias).....	138
Solicitud de Certificado para Exportación (Libre de Venta).....	139
Registro para exportar alimentos que solicita la Food & Drug Administration	140
Conclusión General.....	143
Glosario.....	145
Bibliografía.....	147

## Introducción

Como propósito fundamental, este trabajo estará dirigido a unificar esfuerzos en la cadena productiva de amaranto, pues, además de lograr que permanezca en el mercado interno, se busca su participación a nivel internacional, dando a conocer el amaranto como un alimento de alta calidad por su alto nivel alimenticio.

El amaranto es uno de los productos agrícolas con gran versatilidad en México por su preparación y consumo, lo cual, aunado a su potencial nutritivo; lo ubican con alta potencialidad de colocarse en las preferencias tanto de los consumidores como de los industriales y comercializadores, lo que a su vez abre perspectivas favorables para la comercialización del producto a nivel nacional e internacional.

El cultivo del Amaranto en América se remonta a más de siete mil años.

Algunos autores afirman que los Mayas serían los primeros en cultivarlo y que luego poco a poco lo fueron haciendo Aztecas e Incas.

Desde entonces se han realizado exhaustivas investigaciones sobre el amaranto, confirmando su enorme potencial como alimento de alta calidad.

El amaranto es una valiosa planta de nuestros antepasados. Antes de la llegada de los españoles, el amaranto se comía todos los días junto con el maíz y el frijol.

Aparte de producirse en países tradicionales como México, Perú o Bolivia, se esta produciendo en países como China, Estados unidos, India y el Lejano Oriente.

Al igual que en México, el consumo del amaranto en Perú es una tradición milenaria que decayó por mucho tiempo; en la actualidad, Perú cuenta con un de los territorios de amaranto más importantes del mundo y es el país donde se han logrado los mayores rendimientos.

Por otra parte, las perspectivas de cultivo y producción futura en Bolivia son halagadoras; algunas investigaciones demuestran que el potencial productivo es enorme y las posibilidades de utilizar material proveniente de otros países son también prometedoras puesto que algunas variedades de alta producción obtenidas en Perú y Ecuador provienen de materiales originarios de Bolivia.

Como se menciona anteriormente, en las últimas décadas el cultivo del amaranto se ha difundido de manera exponencial en varios países del mundo. India es uno de los países que ha adoptado el amaranto más decididamente. La gran cantidad y variedad de platillos preparados con semilla y con hojas de amaranto que encontramos en la comida hindú, nos demuestran el arraigo que éste tiene entre la población. Hoy día, India es uno de los principales productores de amaranto en el mundo y se ha convertido en un centro secundario de diversificación.

Por otro lado, aunque el amaranto llegó a China hace más de cien años, el impulso que el gobierno chino le ha dado en los últimos quince años lo ha convertido en un cultivo invaluable.

En la actualidad Estados Unidos, junto con Japón, se encuentra a la vanguardia en la investigación, tanto desde el punto de vista agronómico como en el desarrollo de nuevas tecnologías para el uso del grano en productos novedosos.

En nuestro país, hoy en día el cultivo de amaranto se continúa sembrando y consumiendo principalmente en la Mesa Central, en las siguientes regiones:

Distrito Federal, Tlaxcala, Morelos y Puebla. En menor importancia se cultiva también en el Estado de México, Oaxaca, Michoacán, Chihuahua, Durango, Hidalgo y Nayarit.

En el Distrito Federal se cultiva amaranto en Tulyehualco; Tetelco, San Juan Ixtayopan, y San Antonio Tecomitl.

En el primer capítulo hablaremos acerca del proceso y documentos para exportar, esto con el fin de llevar a cabo una investigación adecuada y con los puntos importantes que se necesitan saber para exportar.

En el segundo capítulo de este proyecto presentaremos la historia del amaranto, su evolución, producción, transformación, cultivo, propiedades, valor nutricional y su comercialización; así también las cifras nacional de producción del amaranto.

En el tercer capítulo estableceremos el país meta, identificaremos quienes son los principales países importadores y exportadores y saber si dentro de alguno de ellos hay operaciones con México y cual es la demanda a nivel mundial.

En el cuarto capítulo especificaremos las regulaciones y restricciones no arancelarias y mostraremos los documentos necesarios para exportar.

Y por último se presentará el resumen ejecutivo, en donde podrán observar la historia de la empresa exportadora, análisis DAFO, costo del transporte y un pequeño estudio de mercado que se realizó.

Es por ello que en esta breve introducción mostramos la situación de México frente a la globalización, las numerosas ventajas y desventajas que se tienen frente a la exportación de productos mexicanos hacia otros países.

De esta manera es como la exportación impone nuevos retos que deben ser enfrentados de la mejor manera para así lograr el éxito en mercados internacionales.

## **CAPITULO I**

### **PROCESO Y DOCUMENTOS PARA EXPORTAR**

La idea principal de este capítulo, es dar una breve explicación de los pasos a seguir para una exportación exitosa y de esta manera llevar de la mano al lector para adentrarlo en lo que se refiere al plan de exportación del amaranto reventado.

#### 1.1.1. Condiciones Actuales de la Globalización

En el contexto actual, todos los países están obligados a relacionarse unos con otros; son interdependientes en una economía global, en la que ninguna nación puede proclamarse como suficiente. En la actualidad, lo que pasa en cualquier lugar del mundo afecta al resto de las economías del planeta. Por esta razón se están formando bloques económicos y suscribiéndose tratados de libre comercio.

Las economías de todas las naciones crecen de manera interdependiente, lo cual genera nuevos retos y mejores oportunidades, pero el empresario requiere de mayor preparación y conocimiento.

En el marco de la apertura comercial y de la globalización de los mercados, México es el país con uno de los niveles de vinculación de negociación comercial más elevado del mundo.

Estas negociaciones permiten, por una parte, que las empresas mexicanas hagan frente a un entorno mundial de intensa competencia, y que por la otra, que los diversos obstáculos que cada país impone a la importación de mercancías para proteger a su industria y evitar que se desvanezcan, desaparezcan o reduzcan, permitiéndole al país:

- Ampliar sus mercados potenciales más allá de sus fronteras.
- Que sus productos compitan en igualdad de condiciones con los de las empresas de los países respectivos.
- Tener acceso preferencial.

Las empresas en México están obligadas a innovar y desarrollar más y mejores productos y/o servicios; a generar ventajas competitivas que les permitan acceder exitosamente en el mercado mundial; y a considerar sus proyectos de exportación como parte importante de sus programas de crecimiento.

Los proyectos de exportación deben formar parte importante de los programas de crecimiento de la empresa, por lo que se recomienda considerarlos como una variable de peso en los mismos.

En los países que se ha llevado a cabo la apertura comercial, los empresarios se enfrentaron a una mayor competencia, no sólo en el exterior sino en su propio mercado.

El empresario debe tomar en cuenta que las reglas han cambiado como resultado de la mayor capacidad de selección del consumidor. Es necesario que el cliente, nacional o extranjero, tenga prioridad en la empresa.

La empresa deberá asumir compromisos serios para lograr sus objetivos, así como investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una planeación cuidadosa y seguir una estrategia clara de ventas. Cabe señalar que la exportación exige el mismo esfuerzo que cualquier otra iniciativa comercial; la diferencia estriba en que crece su mercado potencial, pero también aumentan los competidores y las exigencias de calidad y precio del producto.

Las economías de todas las naciones crecen de manera interdependiente, lo cual genera nuevos retos y mejores oportunidades, pero el empresario requiere de mayor preparación y conocimiento.

## 1.2. Ventajas y aspectos que se deben considerar en una exportación

De acuerdo a lo publicado en el artículo de Aspectos Fundamentales para Exportar por el LC. Vicente Hernández Castillo sabemos que la exportación exige el mismo esfuerzo que cualquier otra iniciativa comercial; la diferencia radica en que crece su mercado potencial, pero también aumentan los competidores y las exigencias de calidad y precio del producto.

A continuación mencionaremos algunas de las ventajas y aspectos a los que hace referencia el autor:

### Ventajas

- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa.
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta, así como créditos menos caros.

### Aspectos

En el momento en que se requiera exportar, deberemos cuidar en especial algunos aspectos como son:

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados.
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.
- Calcular adecuadamente costos y precio de venta; Contar con contratos internacionales.
- Contratar seguros.
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago.
- Usar cartas de crédito y aprovechar los apoyos de fomento a las exportaciones del Gobierno Federal.

- El futuro exportador ha de considerar los siguientes elementos principales:
- Tener una actitud emprendedora;
- Conocer el proceso productivo;
- Evitar confusiones en el momento de negociar;
- Cumplir con exactitud todo lo que se pacte en materia de precio, calidad y tiempo de entrega, así como remisión de documentos y formas de pago;
- Cuidar que las muestras sean representativas del producto que se exportará y dar flexibilidad y rapidez a la toma de decisiones manteniendo una comunicación constante con el cliente, ofreciendo los servicios de post-venta.

### 1.3. Un producto que exportar<sup>1</sup>

Para comenzar con nuestro proceso de exportación, comenzaremos por elegir el producto con el que deseamos trabajar, en este caso será el amaranto reventado.

En el momento que identifiquemos el producto que vamos a vender y después de haber seleccionado el mercado extranjero tenemos que ver la forma en la que ingresaremos al mismo.

Con lo explicado en el párrafo anterior comprenderemos que siguiendo estas tres recomendaciones al pie de la letra sabremos que estamos haciendo una operación de exportación que nos llevará al éxito.

Algo muy importante que también debemos considerar, es saber si nuestro producto reaperderá a la demanda de nuestros posibles clientes; es decir, ¿podremos a cosa satisfacer sus necesidades con la producción con la que contamos?, o tendremos que pensar en redoblar esfuerzos.

Ahora bien, si cumplimos con la demanda de nuestros posibles clientes pasaremos al punto en donde también deberemos de evaluar si cumplimos con los siguientes puntos:

- Volumen solicitado por el importador (oferta exportable).
- La calidad del producto requerida en el mercado de destino.
- El precio competitivo y una utilidad razonable.
- La clara garantía en el tiempo de entrega.
- Servicio post-venta requerido, en su caso.

La combinación acertada de precio/calidad y oferta exportable es la llave perfecta de acceso a cualquier mercado en el extranjero.

Por otro lado para los futuros exportadores que deseen desarrollar la actividad, pero no saben aun cual es el producto con el que pueden tener mayores posibilidades, deberá apoyarse en las siguientes preguntas:

---

<sup>1</sup> <http://www.bancomext.com/Bancomext/porta/porta!.jsp?parent=5>

- ¿Cuál o cuáles de sus productos tiene mejores posibilidades de ser exportados?
- ¿En dónde existe demanda para el producto que fabrica la empresa y el precio a que puede venderlo?
- ¿A qué competencia se enfrentará?
- ¿Cuáles son los requerimientos y necesidades del mercado?
- ¿Qué normas técnicas o regulaciones deberá cumplir?
- ¿Qué factores geográficos, económicos, políticos y culturales pueden afectar sus posibilidades de éxito?

### 1.3.1. Selección del Mercado

Para que una selección de mercado sea efectiva en primera instancia, se recomienda investigar los mercados que ofrecen ventajas arancelarias a México (por acuerdos y tratados de libre comercio) y en segundo los naturales geográficamente.

De los mercados probables, hay que elegir el que ofrezca las mejores perspectivas de venta y los menores riesgos comerciales; así como aquellos que exijan los menores gastos de iniciación. Es recomendable consultar las fuentes nacionales e internacionales de información para estar en condiciones de realizar una investigación de mercado confiable y actualizado.

#### 1.3.1.1. Aspectos a considerar al seleccionar un futuro mercado de exportación

Una vez realizada la selección del producto y del mercado, se debe hacer un análisis completo de la situación actual del país de destino y sus expectativas en el mediano plazo, principalmente en lo referente al entorno económico, social y ambiental, y al producto.

El análisis del entorno económico, social y ambiental incluye:

- Cifras de población.
- Situación política.
- Topografía.
- Centros de concentración de la población.
- Superficie total.
- Control de divisas.
- Sistema bancario y formas de pago utilizadas.
- Clima.
- Estructura social.
- Infraestructura.
- Red de transportes y telecomunicaciones.
- Ingreso per cápita.
- Grado de desarrollo.

El análisis del producto incluye, entre otros:

- Competencia local del producto.
- Cifras de comercio del producto.
- Tendencias (gustos, modas, preferencias, costumbres, productos sustitutos, etc.).
- Canales de distribución.
- Importadores potenciales.
- Precios locales del producto.

#### 1.4. Acceso al Mercado

Esta es una de las etapas que es considerada como una de las más importantes, pues de esta manera el futuro exportador sabrá cuales son los países que están interesados en comprar el producto que planeamos vender, pues sabemos que no es tarea sencilla el conocer a quienes nos están comprando.

En esta etapa del procedimiento, podemos obtener apoyo de las siguientes fuentes:

[www.bancomext.com](http://www.bancomext.com)  
[www.nafin.com/portaInf/](http://www.nafin.com/portaInf/)  
[www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx), entre otras.

#### 1.5. Canales de Distribución

Ahora sabemos que el exportador realiza sus actividades de distintas maneras, cada una de ellas implica riesgos, costos y oportunidades de negocios diferentes. También puede empezar siendo un exportador indirecto y posteriormente incursionar en los mercados internacionales vendiendo a través de distribuidores o compradores directos.

A continuación se presentan algunas estrategias de incursión en los mercados de destino que se hayan seleccionado y analizado.

##### 1.5.1. Exportación indirecta.

- Operar con importadoras independientes, contactadas directamente.
- Entregar el producto a una comercializadora en aquel país.
- Operar con una firma en el mercado de destino que actúe como agente o representante trabajando a base de comisiones.
- Operar con una firma en el mercado de destino que actúe como representante exclusivo, tomando posesión de mercancías.
- Establecer una oficina de representación en el mercado de destino que levante pedidos e incluso que mantenga inventarios, actuando como importador.
- Establecer una empresa en sociedad con una firma local que se encargaría de la distribución.
- Vender los derechos de fabricación y/o marca comercial, cobrando por ello una regalía.

- Participar como proveedor de un gobierno extranjero concursando en licitaciones internacionales.
- Proveer a un comprador (cadena de supermercados), surtiéndola de productos con la marca de ellos.
- Establecer una asociación (joint venture) con una empresa o inversionista local en el mercado de destino para fabricar los productos.

Cada una de las estrategias enunciadas significan riesgos y costos que el exportador debe asumir conforme a sus intereses y capacidad financiera por lo que es necesario que se tomen en cuenta las posibilidades reales a corto y mediano plazo, y que se fijen objetivos tanto para penetrar en el mercado como para mantenerse en él.

En la adopción de cualquier canal de distribución elegido será necesario tomar en cuenta la elaboración de contratos internacionales que garanticen la seguridad de las operaciones comerciales.

#### 1.6. Riesgos y beneficios en el Proceso de Exportación

Mencionaremos a continuación algunos de los riesgos y beneficios que se obtienen al elaborar un plan de exportación, de acuerdo a lo publicado en la revista *Adminístrate Hoy de Mercadotecnia*:

##### Riesgos Explícitos:

Variaciones en el tipo de cambio de nuestra moneda con respecto al dólar y las divisas y las divisas de la región a la cual se va a exportar; diferencias en el poder adquisitivo de los dos países involucrados; variaciones y diferencias en la tasa de inflación; tasas de interés de los mercados financieros de los países involucrados en la operación, y restricciones en la convertibilidad de su moneda al dólar.

##### Riesgos Implícitos:

Cambios en el mando presidencial o parlamentario (golpes de estado); cambios inesperados el régimen de Gobierno; cambios en la balanza del poder de su congreso o parlamentario, cambios climáticos en la ruta de transporte de nuestro producto que pudiesen originar costos adicionales para el flete y los seguros, y desastres naturales.

##### Riesgos Colaterales:

Perdida de mercado nacional en virtud de no satisfacer ni a la demanda interna ni mucho menos a la externa; aumento del nivel de inventarios al no desplazarlos en su momento; llegada de productos con tecnología novedosa y la consecuente obsolescencia de nuestros productos; pérdida de oportunidades para atender a otros consumidores más viables que los posibles consumidores del mercado meta del país al cual se va a exportar, y sacrificio de utilidades actuales por la presencia en mercados extranjeros y los beneficios futuros.

Beneficios:

Ganar nuevos mercados, ingresos en divisas, obtención de líneas de crédito; compartir los riesgos inherentes con potenciales socios (bancarios o no bancarios) para así obtener rentabilidad en el proceso de exportación; obtención del registro de exportador con el Banco de Comercio Exterior y la secretaria de Economía, lo cual tendrá beneficios futuros al realizar los tramites de las exportaciones en virtud de contar con dicho registro , forzar la obtención de economías de escala y, así, disminuir los costos tanto de producción como de distribución en el mercado.

#### 1.7. Documentación y tramitación para exportar

En el proceso de documentación y tramitación se encuentra información sobre los registros gubernamentales que debe tomar en cuenta el exportador así como los principales documentos que se requieren para las operaciones de comercio exterior. También mencionamos la importancia de seleccionar el medio de transporte más adecuado de acuerdo al tipo de producto que se va a exportar y al mercado de destino.

Por último se explican los tipos de seguros que existen para proteger las mercancías contra cualquier pérdida o daño, así mismo se presentan aquellos documentos de tipo comercial que pudieran servirnos de gran ayuda si los importadores no llegaran a contar con la capacidad financiera para pagarnos.

##### 1.7.1. Registro Federal de Contribuyentes

Con respecto al RFC, y de acuerdo al artículo 27 del Código Fiscal de la Federación, tanto las personas morales como las personas físicas que realicen actividades lucrativas (quedando dentro de este concepto la exportación), están obligadas a pagar impuestos al gobierno federal; y se establece la obligación de estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

Este se puede tramitar en dos modalidades:

- a) Como persona física con actividad empresarial, para lo cual es necesario presentar la solicitud de inscripción al RFC acompañada de un documento de identidad, que puede ser el acta de nacimiento, y comprobante de domicilio.
- b) Como persona moral (empresa). La fórmula más frecuente para constituir una empresa es el régimen de sociedad anónima, cuyos requisitos más importantes son los siguientes:

- Tener dos socios como mínimo,
- Contar con un capital social mínimo de 50,000 pesos,
- Constituir la empresa ante notario público y
- Se deberá registrar el nombre de la empresa en la secretaria de Relaciones Exteriores.

Si llegáramos a tener alguna duda después de haber revisado el artículo 27 del CFF, se podrá consultar en el portal del Servicio de Administración Tributaria, en donde nos explicaran porque es indispensable el RFC, en breve mencionaremos algunos de los lineamientos más importantes::

- Aprovechar los mecanismos de apoyo, como por ejemplo: el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX);
- Obtener la constancia de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX) y del
- Programa de Maquila de Exportación.
- Solicitar devoluciones o acreditamiento del IVA.
- Realizar trámites ante las dependencias del gobierno y las instituciones bancarias (tramitación de pedimentos de importación/exportación, abrir cuentas y recibir pagos del exterior, entre otras).

#### 1.7.2. Mercado del País de Origen

Como el título nos lo indica, cada país importador puede exigir que una mercancía o empaque de mercancías lleve consigo una marca que sirva para informar al consumidor final el país de origen de la mercancía de que se trate; para esto, en México se han establecido Normas Mexicanas, cuyo cumplimiento es voluntario. En caso de utilizar el emblema de “Hecho en México”, deberá cumplirse obligatoriamente con lo dispuesto en la norma NMX-Z-009-1978 Emblema Hecho en México.

#### 1.7.3. Emblema Denominado Hecho en México NMX-Z-009-1978.

##### Objetivo

Esta Norma tiene por objeto establecer y describir el emblema denominado HECHO EN MEXICO.

##### Campo de Aplicación

La presente Norma se aplica al emblema denominado Hecho en México, y la utilizamos para distinguir a los productos fabricados en Territorio Mexicano.

##### Definiciones

Emblema denominado HECHO EN MÉXICO: Es la representación de la leyenda y figura que identifica a los productos fabricados en Territorio Mexicano.

##### Usos

Debe marcarse en forma clara, legible e indeleble en los productos fabricados en Territorio Mexicano y de preferencia con tinta negra.

De no ser posible marcar el emblema en el producto, debe marcarse en su envase o Embalaje.

De otros productos: Los productos en estado natural, producidos en Territorio Mexicano o productos extranjeros envasados o ensamblados en Territorio Mexicano, podrán llevar consigo la misma figura en la que se refiere ésta Norma, cambiando la leyenda según el caso.

<http://www.colpos.mx/bancodenormas/nmexicanas/NMX-Z-009-1978.PDF>,

Programa Universitario de Alimentos.



#### 1.7.4. Despacho Aduanero

El LCR. Carlos H. Gómez Cruz que imparte el Taller de Mercadotecnia Internacional menciona que una parte importante de la exportación es el despacho aduanal, que no es otra cosa más que el conjunto de actos y formalidades relativas a la salida de mercancías del territorio nacional a través de la aduana. Para ello, el exportador deberá presentar las mercancías en la aduana (interior, fronteriza, marítima o aérea) a fin de que sean examinadas por la autoridad; acompañadas de la documentación que acredite el cumplimiento de las restricciones o regulaciones no arancelarias, así como liquidar los impuestos de exportación que en escasas ocasiones procedan.

#### 1.7.5. Documentos Aduaneros

Dentro de este tema es preciso saber que una de las obligaciones del exportador es presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la secretaria de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente o apoderado aduanal. Este pedimento de exportación se debe acompañar de:

- La factura o en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, de preferencia en dólares estadounidenses.
- Los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación.
- Es recomendable indicar los números de serie, parte, marca y modelo o, en su defecto:
- Las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares.

- El pedimento de exportación permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la secretaria de Hacienda y Crédito Público para los efectos fiscales que correspondan.

Los documentos que se anexan al pedimento debe proporcionarlos el exportador, incluida la carta de encargo o encomienda, en la cual, el exportador girará instrucciones al agente aduanal para que realice el despacho aduanero, adicional a esto hay que tramitar ante el SAT un formato encargo conferido al agente aduanal para realizar operaciones de comercio exterior y la revocación del mismo. En ésta deben establecerse por lo menos los siguientes datos:

- Quién confiere el encargo.
- A qué agente aduanal se le confiere.
- Fecha y lugar.
- Tipo de mercancías.
- Bultos.
- Valor y cantidad.
- Régimen aduanero de exportación.
- Otras recomendaciones sobre el embarque.

[www.bancomext.com.mx](http://www.bancomext.com.mx)

Además el agente aduanal podrá solicitar en su caso los siguientes documentos:

Copia del Registro Federal de Contribuyentes y de la identificación con fotografía vigente del representante legal y alta de Hacienda.

Carta de encargo 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 tenerlos listos para su embarque con tres días de anticipación.

En cada operación de exportación debe pagarse el derecho de trámite aduanero (DTA), el cual es una cantidad única que se actualiza en enero y julio de cada año. Será función del agente o apoderado aduanal hacer esta operación y cargar el costo en la cuenta correspondiente.

#### 1.7.6. Lista de Empaque

La lista de empaque es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber qué contiene cada bulto o caja; por ello debe realizarse una lista de empaque metódica, que coincida con la factura.

Con la lista de empaque se garantiza al exportador que durante el tránsito de sus mercancías se dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo ya que, en caso de algún percance, se podrán hacer las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros.

En la lista deberemos indicar la cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje. En cada uno se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionarse en la factura, escribiéndose al lado la descripción de cada una de las mercancías que contiene. Hay que procurar empacar junta la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión en la aduana y se evita que ésta sea más profunda.

En nuestro caso no aplica el hacer separaciones, ya que todos los bultos contendrán el mismo producto, de la misma calidad y de igual medida de peso.

La lista de empaque la elabora el exportador en original y con dos copias es suficiente; se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista. También es recomendable indicar la medida, las dimensiones de los bultos, debido a que en algunos casos el flete se cotiza por la relación peso-volumen-valor del embarque.

#### 1.7.7. Certificación de Calidad y Cuantificación de Mercancías

Para reducir los riesgos en las operaciones de comercio exterior podemos acudir a empresas internacionales, las cuales vigilan e inspeccionan la carga, así aseguraremos el cumplimiento de las normas pactadas. Las ventajas de estas empresas son:

- Cuentan con una red internacional de expertos en diferentes temas técnicos, la cual abarca la mayoría de los puertos y centros industriales del mundo.
- Cuentan con reconocimiento oficial para ciertos actos en la mayoría de los países; además, tienen la representación de gobiernos o entidades de corte internacional.
- Brindan una extensa gama de servicios en comercio exterior, entre los que se encuentran:
  - Supervisión de calidad, cantidad y peso.
  - Supervisión de embarque, estiba o descarga.
  - Supervisión de temperaturas.
  - Supervisión de fumigaciones.
  - Control de calidad.
  - Cantidad de cargas y descargas en buques e inspección previa para asegurar su limpieza.
  - Supervisión e inspección de embalaje.
  - Inspección y evaluación de productos conforme a normas internacionales.

[www.bancomext.com/Bancomext/portal/porta!.jsp?parent=5](http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/porta!.jsp?parent=5)

### 1.7.8. El Transporte y sus documentos

El transporte permite que el consumidor tenga oportunamente el producto y a buen precio.

Para decidir los medios idóneos de transporte es importante considerar el costo financiero del capital invertido en los inventarios en tránsito y en bodega. Cuando éstos son elevados, el transporte más rápido será el más deseable. Hay que considerar que mientras más lento es un transporte más bajas son sus tarifas; pero el costo financiero se eleva por el inventario requerido.

Algunos de los medios utilizados son:

- Ferrocarril.
- Avión.
- Barco.
- Una combinación o más de estos (transporte multimodal).

#### 1.7.8.1. Documentos de Transporte

Es el título de consignación que expide la compañía transportista, en original y seis copias (esto depende del transporte), en el que se indica que la mercancía se ha embarcado a un destino determinado y se hace constar la condición en que se encuentra.

A partir de ese momento el transportista es responsable del envío y la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas. (Esto solamente se da si el exportador solicita al transportista que le asegure la mercancía, en caso contrario el transportista no se hace responsable).

Este título se incluye en la documentación que se envía al importador. Los términos del documento de transporte deben, por supuesto, coincidir con los de la carta de crédito o, en su caso, con los del contrato de venta y la factura.

Dependiendo del medio de transporte que se utiliza, este documento se denomina:

- Guía aérea (Airway Bill) [aéreo].
- Conocimiento de embarque (Bill of Lading) [marítimo].
- Carta de porte [auto transporté].
- Talón de embarque [ferrocarril].

### 1.7.9. Comercialización

En esta parte del capítulo se realizará el plan ejecutivo en donde se indicara lo siguiente:

- Nombre de la empresa.
  - Dirección, Teléfono, Mail, Contacto.
- Antecedentes e Historia de la Empresa “El Pavo Real”.

- Misión.
- Visión.
- Producto y/o Servicio.
- Ventajas del Producto.
- DAFO.
- Organigrama.
- Identificación de la competencia (quienes exportan amaranto reventado).
- Segmento de Mercado.
- Nicho de Mercado (Clientes Internacionales).
- Fijación de precio.
- Publicidad y Promoción.
- Comercialización.
- Canales de distribución, transporte y punto de venta.
- Servicio al cliente: garantía, devoluciones, etc.
- Logística, Embalaje, fracción arancelaria, (exportación).

#### 1.7.10. Conclusión

Hoy en día, las economías de todas las naciones crecen de manera interdependiente, lo cual genera nuevos retos y mejores oportunidades, ya sea con la creación de nuevos productos y mejor aun, mas fuentes de trabajo; pero para dar un paso tan grande el empresario requiere de mayor preparación y conocimiento.

Al haber estudiado los procedimientos y documentos necesarios para la exportación, nos hemos percatado de que la actividad exportadora es muy sencilla para cualquier persona que quiera darse a la tarea de desarrollarla por las siguientes razones:

- El tamaño de la empresa ya no es tan significativo,
- Basta con saber cual es el producto que se quiere exportar, no importa si no tienes constituida una empresa,
- Cualquier persona puede exportar.

Por otro lado para las personas que tienen el deseo de llevar a cabo la exportación sabiendo de antemano que es un excelente negocio, debe llevar a cabo ciertas actividades que no pueden pasar desapercibido tales como:

- Plantación cuidadosa
- Investigación de mercados
- Seguir una estrategia clara de las ventas que pretenden realizarse.

## **CAPITULO II HISTORIA, ANTECEDENTES, USOS DEL AMARANTO y CIFRAS NACIONALES**

### **2.1 Historia del Amaranto**

Uno de los datos importantes dentro de la historia del amaranto es que el amaranto es una planta originaria de América, cuyo género “Amaranthus” está constituido por alrededor de sesenta especies de este continente y otras quince de Europa, Asia, África y Australia.

Según el artículo: Comercialización del Amaranto en San Juan Amecac, publicado por Omar Rivera y Gerardo Anzures de la Universidad Autónoma de Chapingo, la actividad de cultivo del amaranto en América tiene antecedentes prehispánicos con una antigüedad de 5 000 a 7 000 años. Diferentes tribus como los aztecas, mayas y otros pueblos del norte de nuestro país, son solo algunos ejemplos de civilizaciones que hicieron uso de la semilla de amaranto incorporándola a su alimentación por considerar que proporcionaba un alto contenido proteico.

Se estima que en la época prehispánica se producían 4 mil toneladas por año y además formaba parte de los tributos que cobraban a los pueblos sometidos. Con la llegada de los europeos al “Nuevo Continente” se inició un intenso intercambio de cultivos en el que algunos de éstos cobraron mayor importancia mientras que otros casi desaparecieron. El amaranto o “huautli” estaba asociado con rituales paganos y sacrificios humanos.<sup>2</sup>

Dichos autores mencionan también, que cuando los Aztecas efectuaban el principal festejo del año, dedicado a Huitzilopochtli, el centro de la ceremonia se constituía por un enorme ídolo del Dios, confeccionado con masa de huautli y miel de tuna roja, el cual era admirado por la gente de la ciudad para luego ser despedazado y comido "con reverencia, temor y lágrimas". La parte vegetativa de la planta, también tenía un lugar importante en las ceremonias religiosas, con ellas se elaboraban tamales denominados Huaunquiltamalli para ser ofrecidos a Xiuhtecutli, Dios del Fuego.

En varias fechas del calendario religioso las mujeres aztecas molían la semilla, la mezclaban con miel, formando figuras de víboras, aves, montañas, venados y dioses, para ser comidas ya fuera en las ceremonias, en los grandes templos o en pequeñas reuniones familiares.

Aparentemente, este uso del amaranto en los rituales paganos aterró a los conquistadores españoles y con el colapso de las culturas indias después de la conquista, el amaranto cayó en el olvido. De lo anterior se desprende que el “huautli” era la planta ceremonial más importante para los Aztecas y otros pueblos del México prehispánico, sin embargo con la llegada de los españoles, quienes se encargaron de prohibir las ceremonias religiosas, limitando así el cultivo de la semilla.

---

<sup>2</sup> <http://www.amaranto.org.mx/article/view/70/1/10>

Pero la magnífica adaptación de la planta a nuestros climas y su gran resistencia a las heladas y plagas, así como el sentido tradicionalista del pueblo mexicano impidió su desaparición.

Comenzando el siglo XVII, la denominación del dulce de “alegría” que los españoles daban a la confección de amaranto tostado, gradualmente se fue extendiendo para nombrar a toda la planta.

Durante los siglos XVIII y XIX los productores de amaranto fueron llevados de México, Guatemala y los Andes Peruanos a la India, África, Europa y Asia, extendiendo su cultivo hacia todo el mundo.

Después de la investigación que realizamos con la empresa el Pavo Real, para saber si después de tantos años el amaranto siguió siendo un alimento de primera necesidad en América, sabemos que sobrevivió sólo en pequeñas áreas de cultivo esparcidas en zonas montañosas de México y los Andes. El maíz y el frijol (ambos cultivos procedentes de América) se convirtieron en dos de los cultivos principales que alimentan al mundo, mientras que el amaranto pasó al abandono. Es obvio que la conquista española terminó con el uso del amaranto como un producto de primera necesidad del “Nuevo Mundo”.

Ahora, y después de tantos años este alimento altamente nutritivo, en la agricultura mundial apenas se vuelve a redescubrir por la ciencia del siglo XX.

En la actualidad existe una creciente demanda del amaranto y éste ha sido llevado a otros países en donde se empieza a desarrollar en pequeñas cantidades. Entre los países que han empezado a cultivar el amaranto se encuentran la India, China, Perú y Estados Unidos.

Haciendo referencia a la información proporcionada por los productores de la olivarera Tulyehualco, la semilla se utiliza principalmente para elaborar la tradicional “barra de alegría”, también se emplea para la preparación de diversos guisos, tamales, atoles, pan, galletas, granola, etc.

## 2.2 Zonas de Producción y Cultivo del Amaranto

Investigando los principales estados productores de amaranto, vimos que la producción del mismo y su cultivo se concentra principalmente en pequeñas áreas de cuatro entidades de la República: Temoac, en el oriente de Morelos; San Miguel del Milagro, Tlaxcala; Santiago Tulyehualco en la Delegación Xochimilco del Distrito Federal; en algunas regiones del estado de Hidalgo, y en San Juan Amecac, Municipio de Atzitzihuacán, en el Estado de Puebla.

No obstante, cabe señalar que el cultivo del amaranto no se realiza únicamente en las regiones antes mencionadas, sin embargo estas son las más importantes, sobre todo Puebla, que es considerado como uno de los principales Estados productores de amaranto, debido a que cuenta con la mayor superficie sembrada a nivel nacional, seguido por los Estados de México, Morelos, Distrito Federal, Tlaxcala, Hidalgo, Baja California Sur, Jalisco y Guerrero.

La producción del amaranto en el Distrito Federal se desarrolla principalmente en: Santiago Tulyehualco, San Gregorio Atlapulco y San Luís Tlaxialtemalco, comunidades pertenecientes a la Delegación Xochimilco; San Juan Ixtayopan y Tetelco en la Delegación Tlahuac y San Antonio Tecomitl, Milpa Alta.

Con respecto al MEDIO FÍSICO los agrónomos Omar Rivera y Gerardo Anzures de la Universidad Autónoma de Chapingo, mencionan que las especies del género *Amaranthus* tienen una amplia distribución, pues se pueden encontrar desde los climas tropicales hasta los templados y semiáridos, asimismo comprende un amplio rango en cuanto a precipitación, altura y latitud, lo anterior confirma la versatilidad y alto grado de adaptabilidad del cultivo a todo tipo de terreno. En cuanto a temperatura, esta puede variar de los 10° y hasta los 30° C para el óptimo desarrollo del cultivo de la planta.

Este tipo de planta puede cultivarse en todas las latitudes, desde el nivel del mar hasta alrededor de 3500 metros de altitud en los suelos de fertilidad media, abonados con una fuente apropiada de nitrógeno, climas cálidos con precipitación pluvial de 400 a 1500 mm por año. Su característica más distintiva al respecto es su alta tolerancia a las condiciones climatológicas. En la actualidad se ha encontrado que las únicas causas que limitan el crecimiento y rendimiento del amaranto son las plagas y enfermedades, mismas que pueden disminuir al hacer la rotación de cultivos.

En la cuenca de México se cultivan dos variedades de esta especie: la roja o morada y blanca; ambas crecen en climas cálidos y templados, suelos fértiles, húmedos y permeables resistentes a la sequía. En México se le puede encontrar lo mismo en la Sierra Madre Occidental y la llanura costera del Golfo de California y del Pacífico en Chihuahua, Durango, Sinaloa y Sonora, que en la altiplanicie mexicana de Jalisco, Michoacán, Estado de México, Morelos, Puebla, Tlaxcala y Distrito Federal y en la Sierra Madre del Sur, Guerrero y Oaxaca.

El período de siembra del amaranto está definido por el inicio del ciclo de lluvias y por la duración de la temporada de heladas.

Señalan también los autores que, los drásticos cambios climáticos se han desplazado las fechas de siembra de temporal hacia los meses de junio y julio, por lo que el período de crecimiento del cultivo libre de heladas es de 120 a 140 días aproximadamente. Esta situación señala la necesidad de sembrar variedades de ciclo precoz a intermedio en su madurez.

En entrevistas realizadas a los productores durante las visitas a las zonas de cultivo, estos comentaron que existen dos técnicas para la siembra de la semilla del Amaranto, la primera a través de la siembra directa (chinampas) y la segunda mediante el sistema de transplante; aunque en la zona productora del Distrito Federal se emplea todavía la primera. El amaranto puede desarrollarse en óptimas condiciones en suelos de tipo: franco, franco arenoso y franco arcilloso, los cuales deben tener un alto contenido en materia orgánica, además de ser ligeros y contar con un buen drenaje.

### 2.3 Características y Especificaciones del Amaranto

Después de haber realizado algunas visitas a los sembradíos de amaranto pudimos apreciar que su apariencia es de hojas anchas, siendo de los pocos "no-pastos" que producen cantidades significativas de grano de "cereal" comestible. Por este motivo el amaranto también se conoce como "pseudocereal" para distinguirlo de los pastos que producen grano.

Pudimos percatarnos de que el amaranto crece vigorosamente; resiste sequías, calor y plagas; y se adapta fácilmente a nuevas tierras y ambientes.

El amaranto es un cultivo de hojas brillantemente coloreadas, sus flores son violetas, anaranjadas, rojas y doradas. Las panojas que pueden medir hasta 50 cm. de largo, se parecen a las del sorgo. Las semillas, aunque apenas más grandes que una semilla de mostaza (0.9 - 1.7mm de diámetro), se producen en cantidades masivas.

Con un contenido de proteína cercano al 16 %, la semilla de amaranto se compara muy favorablemente con las otras variedades convencionales de trigo (12 -14 %), arroz (7-0%), maíz (9 – 10 %) y otros cereales de consumo común.

Algunos de sus contenidos proteínicos son:

#### EL AMARANTO ES

Alto en fibra dietética.

Alto en calcio y hierro.

Alto en almidón amilopectinado.

Alto en lisina y metionina.

Alto en vitamina C y complejo B.

Alto en grasas poliinsaturadas.

Bajo en gluten.

Fuete: Grupo Nutrisol, S. A. de C. V.

Como se mencionó anteriormente, la familia de las amaranthaceas constituye un interesante grupo de plantas que comprende el género *Amaranthus*, con más de 60 géneros y más de 800 especies. Sus granos y hojas poseen valiosos componentes, por lo que se considera un alimento de gran valor nutricional.

En la República Mexicana, existen tres especies diversificadas de amaranto:

- *Amaranthus hypochondriacus*.
- *Amaranthus cruentus*.
- *Amaranthus triflexus*.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, el tipo de amaranto con el que trabajaremos será el *Amaranthus hypochondriacus*, ya que este tiene transformaciones múltiples como la harina de amaranto, amaranto reventado, jarabes, jaleas u dulce de alegría.

A continuación presentamos algunas de las características de este tipo de amaranto:

Es una planta herbácea de 1.5 a 2 metros de altura, con tallo ramificado desde la base y marcado con estrías longitudinales, hojas largamente pecioladas y ovaladas con 15cm de largo por 10cm de ancho aproximadamente, con numerosas flores rojas o púrpuras de 4 a 5cm, unas masculinas y otras femeninas. El fruto es una cápsula membranosa o coiracea, esta cápsula es pequeña y se abre transversalmente, contiene una sola semilla de color blanco, café rojizo, lisa y brillante de forma lenticular y comprimida, que mide por lo general de 1 a 2mm de diámetro.

Su ciclo vegetativo es de 170 días o más, florece de agosto a septiembre y las heladas anticipadas pueden destruir las hojas pero nunca afectan el grano. Es un cultivo agotante y por lo tanto el rendimiento es cada vez más bajo si se siembra consecutivamente en el mismo suelo, por esta razón debe practicarse la rotación de cultivos como frijol y otras leguminosas.

Por lo tanto el amaranto representa valores nutritivos muy importantes para la alimentación humana, pues la semilla contiene un alto valor calórico, así como carbohidratos, fibras y sales minerales, además es rica en lisina, aminoácido esencial que se encuentra en la leche. Sus hojas poseen también un alto contenido en proteínas, calcio, fósforo y vitaminas A y C. Es una planta con gran adaptabilidad a casi cualquier terreno, y en comparación con los cereales, y de acuerdo a la información adquirida nombramos las siguientes ventajas:

- Es un cultivo tolerante a la sequía.
- Las áreas recomendables para su cultivo son las mismas que las de los cereales comerciales y los rendimientos y calidad de granos son más altos, la seguridad de la cosecha es mayor y el requisito de riego es mínimo
- Presenta hojas anchas a diferencia de los cereales por lo que resulta muy útil en la alimentación humana.
- Crece en una amplia variedad de suelos, pero se prefieren los más permeables y sueltos.

#### 2.4 Características de las Variedades de Amaranto

A continuación presentamos algunas de las características de las diferentes variedades del amaranto proporcionadas por SAGARPA:

VARIETADES	COLOR DE PLANTA	COLOR DE PANOJA	ALTURA DE PLANTA(M)	DIAS DE MADUREZ	RENDIMIENTO KG/HA
Rojita	Verde	Púrpura	1.50	120-130	1400
Revancha	Verde	Verde	1.70	140-160	1800
Nutrisol	Púrpura	Púrpura	2.50	160-180	2500
Gitana (precomercial)	Verde - Púrpura	Rosa, Coral, Verde	1.50	140-160	2000

### 2.4.1 Nutrición y Salud

El amaranto posee un alto contenido proteínico, en comparación con otros cereales como el arroz, la cebada, el maíz, el centeno, el trigo y la avena; por lo que es considerado como un producto sustituto, que cuenta con diversos usos en la alimentación. A diferencia de los demás cereales que presentan deficiencias en aminoácidos esenciales; el amaranto mantiene un altísimo porcentaje, de estos aminoácidos que son el factor primordial para el óptimo desarrollo orgánico y mental del hombre; además de tener características nutricionales únicas y que en la lista de los principales nutrientes esenciales, figura como número uno; inclusive sus valores nutricionales son mayores que la propia leche y aún más que la carne y los huevos.

Como lo menciona el autor Oscar Guerrero Salas del libro “El Amaranto” se han mostrado aumentos considerables de rendimientos de la planta durante el cultivo, lo que pudo lograrse gracias a la aplicación de pequeñas cantidades de fertilizante, así como del uso de semillas seleccionadas. Estos antiguos granos, parecen ser capaces de rendir bajo las condiciones marginales de producción, tanto como los productos desarrollados por la ciencia moderna.

De todas las producciones vegetales, ninguna parece tener éxito en tierras altas por ello estos cultivos pueden jugar un papel mucho más importante que el que realizan hoy alimentando al mundo.

Tanto la semilla como los tallos y hojas del amaranto tienen un alto valor alimenticio, por lo tanto, su consumo puede ser integral y sus cualidades lo hacen un alimento particularmente recomendable para los niños, mujeres embarazadas y personas de edad adulta.

### 2.4.2 Composición Nutricional del Amaranto

De acuerdo con análisis químicos realizados, la composición de nutrientes de las semillas de amaranto de la especie *Amaranthus Hypochondriacus* es la siguiente:

COMPONENTE	CONTENIDO
Proteína	15 a 16 g
Grasa	3.7 a 7.1 g
Carbohidratos	60.5 a 64.1 g
Fibra Cruda	3.5 a 6.3 g
Cenizas	2.5 a 2.7 g
Humedad	9.3 a 10.4 g
Calcio	360.4 a 375.3 mg
Fósforo	367 a 491 mg
Hierro	1.5 a 3.2 mg
Cobre	0.7 mg
Magnesio	270 mg
Energía	391 cal
Tiamina	0.25 mg
Riboflavina	0.29 mg
Niacina	1.15 mg
Ácido Ascórbico	2.80 mg
Ácido palmítico	18.1 %
Ácido esteárico	4.6 %
Ácido oleico	26.7 %
Ácido linoleico	49.4%

Es importante destacar la importancia que le da Oscar Guerrero Salas a la proteína del amaranto, en su libro; ya que radica en su riqueza de aminoácidos esenciales, cualidad que la distingue entre otros granos, ya que contiene más del doble de proteínas que el maíz y el arroz y de 60 a 80% más que el trigo.

AMINOÁCIDOS	CONTENIDO
Lisina	5.6
Valina	4.2
Leucina	5.6
Treonina	3.4
Metionina	2.4
Cisteina	2.2
Tirosina	3.4
Fenilalanina	3.8

La Universidad Autónoma de Chapingo ha encontrado que el valor químico del amaranto; es superior a los cinco alimentos de mayor consumo a nivel mundial como son: maíz, trigo, frijol, cacahuate y leche de vaca. En la actualidad, se han desarrollado técnicas para extraer concentrados proteínicos de alto valor que pueden ser usados en la elaboración de diversos alimentos para elevar su valor nutritivo.

PRODUCTO	VALOR QUÍMICO
Maíz	44%
Frijol	35 – 52 %
Cacahuate	52%
Trigo	57%
Leche	72%
Amaranto	75 – 78%

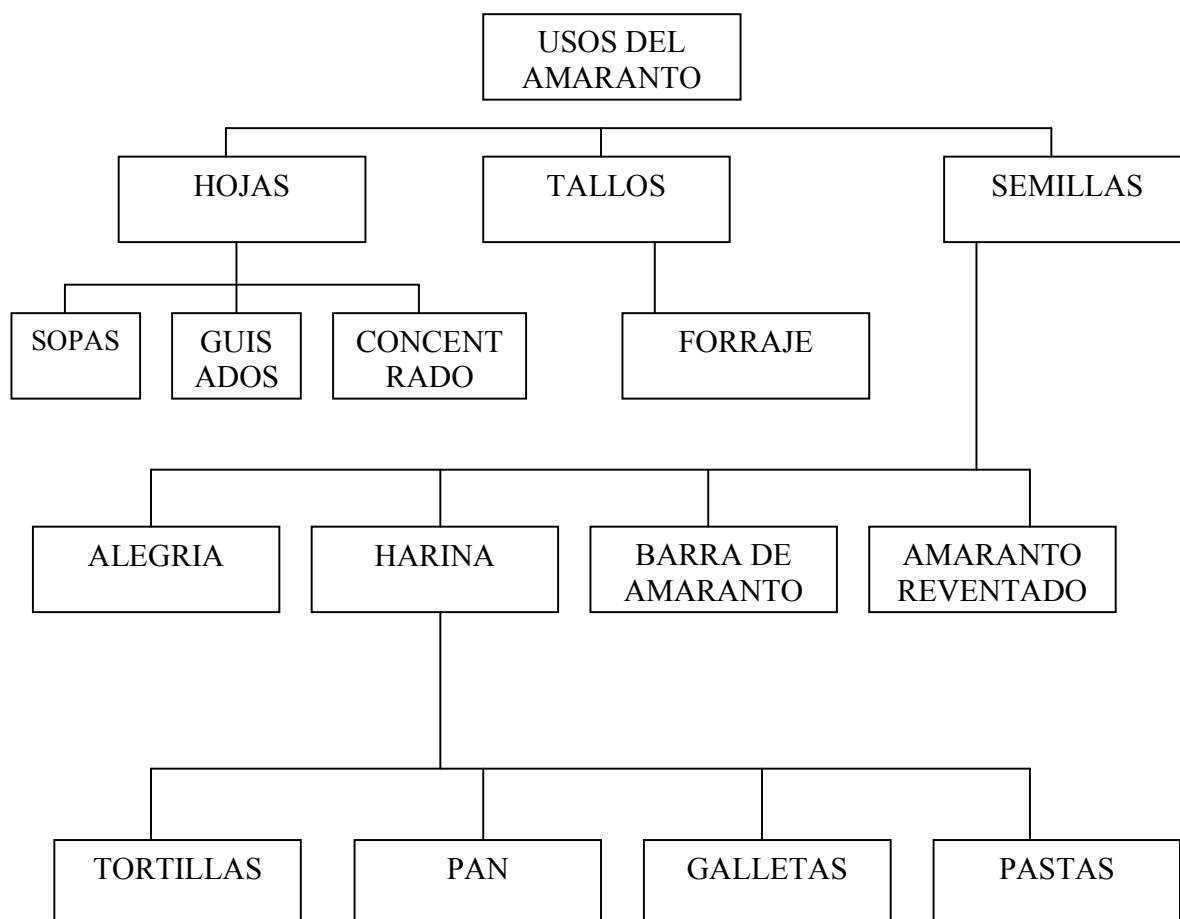
La hoja del amaranto contiene una vitamina llamada ácido fólico. Es una vitamina esencial para toda la familia y sobre todo para las mujeres en los años fértiles. La vitamina reduce hasta 75% de los defectos del tubo neural (defectos de la cara, el cerebro, y la columna vertebral) en los recién nacidos. Además protege contra el cáncer de ovario, así como la depresión y las enfermedades del corazón. Una consecuencia de la deficiencia del ácido fólico en las mujeres embarazadas es la mayor probabilidad de aborto natural o muerte del bebé (mortalidad infantil). Por lo tanto es recomendable para todas las mujeres en edad fértil que requieran consumir 400 microgramos de ácido fólico cada día, especialmente durante la etapa periconcepcional. (3-6 meses antes del embarazo y hasta la semana 12 del embarazo).

## 2.5 Usos y Aplicaciones del Amaranto

Desde tiempos pasados se le ha dado al amaranto diferentes usos y formas de aprovechamiento que van desde grano, verdura y forraje, al mismo tiempo ofrece grandes posibilidades de industrialización debido a su utilización integral; aunque sin lugar a duda una de las características más importantes del amaranto es, su alto valor nutritivo.

En una parte de la investigación realizada con los productores de amaranto en Tulyehualco nos pudimos dar cuenta de que ellos clasifican al amaranto de acuerdo a sus principales usos de la siguiente manera

### 2.5.1 Usos del Amaranto



Además de los principales usos que se le da al amaranto, tiene una serie de aplicaciones que van desde dulces artesanales, granola, harinas integrales, alimentos extruidos (frituras), panificados, pastas; hasta productos más sofisticados como aceites comestibles, papillas para bebés, concentrados proteicos, barras energéticas, y alimentos nutraceuticos especiales para enfermos diabéticos o con cáncer.

Gran parte de la importancia del amaranto en el Distrito Federal radica en la potencial demanda del producto y sus derivados que, ante la oportunidad del mercado que representa ésta gran ciudad, los mecanismos de producción, transformación y comercialización por naturaleza tiene que volverse más eficientes y rentables, pues la superficie de cultivo y el volumen de producción no satisfacen la demanda.

La cadena productiva de amaranto en el Distrito Federal la integran los eslabones siguientes: proveedores de insumos, producción primaria, acopiadores, transformadores y

comercializadores. Existen también dentro de la cadena productiva los eslabones de: investigación, transferencia de tecnología y apoyos financieros.

### 2.5.2 Insumos

De acuerdo al departamento de Desarrollo Rural de la Delegación Xochimilco en la producción de amaranto la maquinaria que comúnmente se utiliza son tractores y cosechadoras de cereales llamadas “combinadas”, a las que es necesario realizar ajustes para mejorar resultados, sobre todo en las áreas planas de Tecomitl, Tetelco y San Juan Ixtayopan; para el caso de la zona cerril, se utiliza yunta para las labores del cultivo y en la cosecha han utilizado la llamada cosechadora combinada-estacionaria, sin embargo ocupa mano de obra para cortar y alimentar la maquina; cabe señalar que la semilla no queda completamente limpia por lo que se necesita de una criba o un equipo que haga esta función. Existe equipo diseñado por la Universidad Autónoma de Chapingo, sin embargo no cumple aún con las necesidades de los productores en campo.

Los insumos utilizados en la producción primaria básicamente son fertilizantes de origen animal o vegetal (compostas) y fertilizantes de origen químico, como la urea y el superfosfato triple. Con respecto a insecticidas, se aplican productos de origen químico como foley y dragón, aunque su uso no es generalizado. Existe algunos cultivares donde se emplea el productos de origen orgánico para combatir plagas y enfermedades, lo cual favorece las practicas agrícolas con tendencia orgánica; los herbicidas no se aplican debido a que la labor se realiza con prácticas culturales.

### 2.5.3 Producción

De acuerdo al proyecto titulado “Transferencia de tecnología sustentable de Amaranto para el D.F. ”, elaborado por el INIFAP en coordinación con el Grupo PRODUCE, concentró un directorio de 74 productores de amaranto; quienes actualmente producen en la zona rural del Distrito Federal un promedio de 250 toneladas de semilla de amaranto, en una superficie cultivada de aproximadamente de 200 hectáreas; el tamaño de las parcelas oscila de 0.5 a 1.0 hectárea, por lo común utilizan la variedad criolla Ale 215 y el rendimiento promedio de producción por hectárea es de 1.27 toneladas.

El amaranto es cultivado de forma temporal; y el uso de maquinaria y equipo (tractores y trilladoras principalmente) no es generalizado por lo que los métodos para su producción datan desde la época prehispánica, donde el uso de chapines para germinar y crecer las plántulas se sigue realizando a la fecha.

La labor de cosecha es la mayor demandante de mano de obra, consiste en cortar las panojas de cada planta, ponerlas a secar durante dos o tres días al sol y posteriormente trillarlas golpeándolas con varas o pisándolas, para posteriormente ventilar la semilla y después pasarla por cribas, todas estas actividades se realizan por lo general de manera manual.

Con respecto a plagas y enfermedades cuando se presentan ataques fuertes emplean productos químicos, aunque la tradición en la región es la rotación de cultivos lo que

permite disminuir la incidencia de plagas y enfermedades, además de evitar el empobrecimiento de los suelos.

El tipo de propiedad que reconoce el Registro Agrario Nacional (RAN) en las zonas de producción es pequeña propiedad y ejidal.

#### 2.5.4 Transformación

Los productores de amaranto a los cuales entrevistamos para llevar a cabo esta investigación coincidían en que una parte muy importante para la culminación del producto es la transformación, ya que aquí se detallan los procesos finales a los cuales tiene que someterse el producto en cuestión para llegar al punto final al cual se requiere.

- Una vez seca y limpia la semilla de amaranto, puede almacenarse por más de diez años sin perder sus propiedades. Es sorprendente la diversidad de productos que se pueden obtener de este vegetal. En la actualidad es aprovechada casi toda la planta, los tallos y hojas tiernas se consumen como verdura en ensaladas, o como alimento balanceado para el ganado, aunque la parte más utilizada es la semilla.
- El grano reventado se utilizan en la industria de alimentos para elaborar las tradicionales “alegrías”, atoles, galletas, pan, mazapanes, tamales, tortillas, granola, aguas frescas, botanas y sopas; también tiene aplicación en cosméticos y en la industria para la elaboración de colorantes y plásticos biodegradables.

La industria de la transformación de los diferentes productos derivados del amaranto en el Distrito Federal, y refiriéndonos principalmente a los productores de amaranto de Tulyehualco se caracteriza por ser básicamente a nivel casero, donde el uso de hornos, estufas, tablas y batidoras son de tipo casero.

Las pequeñas industrias que procesan amaranto utilizando equipo y maquinaria son pocas y se caracterizan por utilizar maquinaria diseñada por ellos mismos y que aún no cumplen las expectativas que el proceso de transformación requiere; la organización en la transformación es de tipo familiar y en su mayoría los productos derivados de amaranto que se procesan son para la industria de alimentos, ésta agroindustria se encuentra atomizada, no se tiene un padrón de cuantos transformadores existen aunque se cree que son un número menor que en la producción primaria.

Hay productores que realizan todo el ciclo, desde la producción, transformación y comercialización al consumidor directo. La mayoría de la agroindustria de transformación se concentra en Tulyehualco.

Cabe mencionar que la materia prima no es suficiente para abastecer la demanda y transformación local teniendo que recurrir a la compra de semilla de amaranto de otros estados como son Puebla, Tlaxcala y Morelos.

### 2.5.5 Consumo

El amaranto se consume en una gran diversidad de productos, aún cuando toda la planta es comestible, en el Distrito Federal la semilla es la parte que se transforma y se comercializa.

La forma más conocida de comer amaranto es como “alegría”, esta palanqueta se ha diversificado en los últimos años al adicionarle otros productos como chocolate, miel, nuez, pasas, etc., las presentaciones han variado de cuadrados ha pequeños cubitos en bolsas de papel celofán. El amaranto se consume también en panes, polvorones, galletas, bombones de chocolate con amaranto, mazapanes, “cereal” de amaranto, atole, tamales y agua de amaranto.

Al realizar la entrevista con una familia productora de amaranto en Tulyehualco; los integrantes de la familia hicieron el siguiente comentario:

*“La mayoría de la población que consume amaranto lo relaciona con una golosina, sin saber que a un bajo costo adquieren un alimento con un gran potencial de proteínas”.*

Nos pareció importante poner y destacar este breve comentario, ya que aunque parece ser insignificante, es muy cierto, pues casi todas las personas que conocemos y/o consumimos el producto no tenemos conocimiento basto y la información de las diferentes bondades que tiene este producto, y las diferentes formas de consumirlo, por lo que no hay una cultura de comer amaranto a pesar de ser un cultivo tan tradicional como el maíz y el frijol.

### 2.6 Comercialización y Distribución del Amaranto

En la región de Tulyehualco y Xochimilco existen más de 30 productores de amaranto, de los cuales alrededor de un 60% lo cultivan y también llevan a cabo el proceso de venta.

De acuerdo a lo investigado en la empresa “El Pavo Real”, se estima que la producción anual de semilla de amaranto es de una tonelada por hectárea, la cual se obtiene con sembrar un kilo de semilla solamente, cabe mencionar que los campesinos dedicados al cultivo del amaranto solo venden una pequeña porción de esa cosecha a los productores de dulce ya que estos en ocasiones pagan un precio muy bajo (\$8 o \$9), el resto de la cosecha lo almacenan en bodegas esperando que el precio suba o que llegue un mejor postor.

Quienes además del cultivo se dedican a la industrialización del amaranto, aprovechan la materia prima para desarrollar productos tradicionales como las barras de alegría, tamales, atoles, entre otros, además de nuevos productos que sean del gusto del consumidor. Sin embargo, la creación y la venta de estos productos no acaban con el cultivo; por lo que se puede afirmar que la oferta es mayor a su demanda.

En el libro Fundamentos de Mercadotecnia su autor Philip Kotler define a la **comercialización** como:

“Dotar a un producto de las condiciones y canales adecuados para su venta”

Partiendo de esta definición, al analizar las condiciones en las que se encuentra el amaranto, el equipo ha determinado las siguientes problemáticas, al haber sostenido una conversación con los productores de la región de la delegación Xochimilco:

- Falta de conocimiento respecto a la comercialización de sus productos e incluso del mercado.
- Problemas de fijación de precios.
- Competencia.
- Excesiva oferta y poca demanda del producto

De los problemas anteriormente mencionados, el más importante es indiscutiblemente la carencia de conocimientos de aspectos relacionados con la comercialización que impiden a los productores incrementar sus ventas para hacer crecer sus negocios y para poder ampliar el producto al comercio internacional.

Pues es importante señalar que muchas familias dependen únicamente de esta actividad y de la cual dependen sus familias.

Existe una heterogeneidad en el desarrollo de este eslabón, encontrando desde transformadores a nivel casero que realizan ellos mismos su venta en un cajón donde colocan las alegrías y sale a vender por las calles, hasta productos que se venden en locales formales de la región, tianguis, ferias, tiendas naturistas y supermercados.

Cabe mencionar en este sentido los esfuerzos conjuntos de los eslabones de la cadena productiva de amaranto en el Distrito Federal por conservar e impulsar la tradicional Feria de la Alegría y el Olivo que se celebra anualmente en la localidad de Tulyehualco, la cual ha tenido la finalidad de preservar y promover el consumo y posicionamiento de estos productos, no solo en el Distrito Federal sino también fuera del área metropolitana.

Es necesario mencionar que muchos de los productos de amaranto no son elaborados en el Distrito Federal, son productos que provienen de Puebla o Tlaxcala, cuya calidad se dice es menor que los productos que se elaboran localmente, ello debido a que no existen estudios al respecto.

## 2.7 Análisis del Amaranto en México

Hoy en día es importante para toda empresa, las acciones y condiciones que determinen la demanda, la oferta y el precio con el fin de favorecer el aseguramiento de la rentabilidad del producto ya que a través de estos factores podemos ver como se esta comportando nuestro producto.

Estos puntos en algunos casos son importantes para toma decisiones en términos de mejora del producto y la empresa, es por eso que en este punto analizaremos como esta se esta comportando el mercado del amaranto.

## 2.7.1 Tabla de Producción Agrícola Nacional

El amaranto es un producto que pertenece al sector agrícola y en esta tabla se presentan los principales productos que produce el país por estado; en este caso el amaranto está clasificado dentro de la columna que lleva por nombre “resto” y en este capítulo veremos y analizaremos los estados productores de amaranto para ver cuánto es lo que producen y si algunos de estos estados exportan el producto.

La siguiente tabla proporcionada por SAGARPA nos muestra el valor de la producción agrícola por entidad federativa.

RO 11.4

**VALOR DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA POR ENTIDAD FEDERATIVA  
SEGÚN PRODUCTOS SELECCIONADOS**  
Años agrícolas 1995, 2004 y 2005  
(Miles de pesos)

ENTIDAD FEDERATIVA	TOTAL	ARROZ PALAY	FRIJOL	MAIZ GRANO	SORGO GRANO	TRIGO GRANO	CHILE VERDE	TOMATE ROJO (JITOMATE)	PAPA	AGUA-GATE	FLÁTANO	RESTO
<b>2005</b>												
Estados Unidos Mexicanos	200 250 590	554 247	5 707 679	30 515 115	6 607 133	4 895 023	9 852 016	9 914 273	7 551 119	7 617 150	3 978 187	113 058 647
Aguascalientes	1 407 180	0	25 133	71 580	448	0	76 731	80 777	1 520	500	0	1 170 492
Baja California	6 501 790	0	6 020	1 025	11 648	793 683	70 347	1 575 856	6 544	262	0	4 037 406
Baja California Sur	2 409 519	0	23 450	44 322	7 265	39 511	756 579	843 081	120 617	3 329	0	571 374
Campeche	1 151 088	83 338	4 103	518 032	18 994	0	36 174	84 107	0	1 983	1 290	403 076
Coahuila de Zaragoza	3 299 377	0	10 053	36 264	5 710	24 321	43 078	72 744	331 071	0	0	2 776 136
Colima	2 780 042	44 085	378	64 701	8 473	0	92 480	102 958	0	1 314	306 631	2 139 042
Chiapas	10 957 367	3 968	496 527	2 536 995	43 543	318	69 724	68 330	77 016	6 541	1 366 842	6 287 564
Chihuahua	10 869 930	0	353 407	840 880	60 555	04 322	1 484 362	83 762	690 070	0	0	7 262 542
Distrito Federal	876 367	0	2 809	13 419	0	0	1 106	305	23 958	0	0	834 770
Durango	3 258 974	0	337 995	382 033	17 279	23 558	298 503	15 710	26 895	29 613	0	2 128 418
Guanajuato	9 842 731	0	168 982	1 415 204	1 584 576	1 128 350	265 627	49 660	365 541	4 171	0	4 860 621
Guerrero	6 931 865	8 228	102 660	2 818 139	71 691	0	39 828	70 703	0	39 897	128 021	3 652 698
Hidalgo	3 560 675	0	273 702	965 999	780	10 823	127 403	49 882	19 454	13 669	36	2 128 929
Jalisco	14 577 033	15 695	74 914	3 704 015	286 451	275 225	431 965	611 672	183 231	41 109	124 773	8 827 783
México	10 233 141	2 116	103 344	2 051 321	2 240	57 007	23 230	212 641	777 892	108 777	2 925	6 891 649
Michoacán de Ocampo	16 711 230	88 979	41 192	1 892 680	511 877	321 057	178 144	467 066	359 921	6 963 749	184 246	5 702 321
Morelos	3 837 634	39 985	42 530	179 371	246 105	2 123	6 400	201 033	6 880	168 773	538	2 825 196
Nayarit	3 975 699	71 006	331 085	185 358	322 423	0	130 017	99 887	80	30 037	99 139	2 708 686
Nuevo León	2 930 717	0	14 312	107 373	143 220	56 723	100 420	90 680	964 700	27 155	0	1 426 134
Oaxaca	7 268 978	2 069	282 371	1 486 974	44 787	24 885	118 660	127 583	4 442	13 489	91 258	5 072 479
Puebla	6 416 841	0	252 190	1 256 539	32 258	8 946	119 297	119 688	171 370	79 312	30 051	4 346 990
Querétaro Arteaga	923 108	0	25 525	275 723	82 958	3 554	46 783	33 788	0	2 219	0	452 555
Quintana Roo	936 695	0	7 208	79 769	965	0	58 541	3 630	0	272	17 018	769 295
San Luis Potosí	4 933 472	0	322 853	282 342	110 771	1 070	587 455	614 072	0	1 080	0	3 013 828
Sinaloa	17 010 238	15 206	1 136 964	5 457 377	522 006	132 999	1 647 032	2 939 647	1 548 239	8 276	1 190	3 601 112
Sonora	11 189 282	0	79 780	177 782	34 332	1 697 561	229 837	286 648	1 417 220	638	0	7 265 486
Tabasco	3 032 114	72 042	22 363	177 162	25 814	0	33 973	1 276	0	737	1 196 946	1 501 801
Tamaulipas	7 987 080	12 266	14 371	969 870	2 328 521	0	743 825	481 984	0	5 412	9	3 431 023
Tlaxcala	1 203 549	0	44 840	271 494	0	176 756	682	518	91 951	0	0	617 309
Veracruz de Ignacio de la Llave	16 021 654	95 295	165 814	1 697 749	79 352	725	202 725	163 960	280 048	20 597	424 934	12 890 467
Yucatán	1 836 607	0	4 438	183 751	0	0	38 111	20 454	0	22 642	2 339	1 564 673
Zacatecas	5 368 304	0	936 371	370 072	2 121	21 417	1 792 949	359 572	85 512	1 698	0	1 798 592

NOTA: La información se refiere a cultivos genéricos. Los productos seleccionados son los más relevantes de acuerdo con su participación en el valor de la producción.

FUENTE: SAGARPA. Sistema de Información Agropecuaria de Consulta, 1990-2005 (SIACON). México, DF, 2006.

Los principales estados productores de amaranto que se analizarán son los siguientes:

- Distrito Federal.
  - o Xochimilco
- Hidalgo
- Tlaxcala.
- Puebla.

En menor importancia se cultiva también en:

- Estado de México.

- Oaxaca.
- Michoacán.
- Chihuahua.
- Durango.
- Hidalgo.
- Nayarit.

## 2.8. Producción Nacional de Amaranto

CLASE DE ACTIVIDAD, FAMILIA Y PRODUCTOS ELABORADOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRODUCCION		
		CANTIDAD	VALOR (MILES DE PESOS)	PRECIO MEDIO (PESOS)
<b>COMPLEMENTOS NUTRICIONALES PROCESADOS</b>			<b>1063208</b>	
ALGAS	TONS	758	29087	38373.351
<b>AMARANTO<sup>3</sup></b>	<b>TONS</b>	<b>9880</b>	<b>320000</b>	<b>32388.664</b>
CEBADA	TONS	6229	22240	3570.397
AJO EN CAPSULAS	KGS	40420	3468	85.799
GERMEN DE TRIGO	TONS	447	5665	12673.378
GRANOLAS	KGS	902000	19171	21.254
LINAZA	TONS	98139	324267	3304.160
NOPAL	TONS	1185	3671	3097.890
SALVADO	KGS	17405	60	3.447
SOYA	TONS	8554	57755	6751.812
TRIGO INTEGRAL	TONS	785	1934	2463.694
AVENA	TONS	11330	119938	10585.878
OTROS			155952	

Como se podrá observar en esta tabla la producción nacional anual del amaranto reventado es baja, ya que las cifras demuestran que se producen 9880 toneladas y cada tonelada cuesta alrededor de \$32,390.00 y el precio por kilo de amaranto reventado estaría alrededor de \$32.39 kg.

### 2.8.1 Ventas de Amaranto Reventado en el Mercado Nacional y Extranjero

Esta tabla demuestra que la mayor cantidad de ventas del amaranto reventado esta destinado al mercado extranjero teniendo ventas anuales.

<sup>3</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/anemanu\\_01.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/anemanu_01.xls)

CLASE DE ACTIVIDAD, FAMILIA Y PRODUCTOS ELABORADOS	UNIDAD DE MEDIDA	VENTAS NETAS			
		TOTAL		MERCADO	
		CANTIDAD	VALOR	NACIONAL	EXTRANJERO
			(MILES DE PESOS)		
<b>COMPLEMENTOS NUTRICIONALES PROCESADOS</b>			<b>1060228</b>	<b>700869</b>	<b>359359</b>
ALGAS	TONS	727	27831	21442	6389
<b>AMARANTO<sup>4</sup></b>	<b>TONS</b>	<b>9880</b>	<b>320000</b>	<b>20000</b>	<b>300000</b>
CEBADA	TONS	6177	21970	21970	0
AJO EN CAPSULAS	KGS	40420	3468	3468	0
GERMEN DE TRIGO	TONS	447	5665	5665	0
GRANOLAS	KGS	902000	19171	19171	0
LINAZA	TONS	98012	323687	275575	48112
NOPAL	TONS	1185	3671	3100	571
SALVADO	KGS	17045	60	0	60
SOYA	TONS	8378	57558	55399	2159
TRIGO INTEGRAL	TONS	784	2001	2001	0
AVENA	TONS	11328	119910	119910	0
OTROS			155236	153168	2068

## 2.9. Importaciones Mensuales del Amaranto, Precio y Cantidad

Las siguientes tablas proporcionadas por INEGI presentan las cifras de los productos que importa México y entre ellos esta el amaranto, como se puede ver el amaranto se esta importando a un precio promedio de \$38.359 kg.

En esta tabla que nos proporcione el INEGI en unos de sus estudios que realizo se ve claramente que hay mas exportaciones del amaranto reventado y en menor cantidad se realizan importaciones del mismo producto.

Y también se observa que le precio de importación del amaranto es mas caro y eso les beneficia a la producción nacional.

CLASE DE ACTIVIDAD, FAMILIA Y MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES	UNIDAD DE MEDIDA	MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES CONSUMIDAS			
		TOTAL		PRECIO MEDIO	IMPORTADAS
		CANTIDAD	VALOR	(PESOS)	VALOR
			(MILES DE PESOS)		(MILES DE PESOS)
<b>CLASE 311999 ELABORACION DE OTROS ALIMENTOS</b>			<b>1483144</b>		<b>234284</b>
<b>SEMILLAS Y OTROS PRODUCTOS VEGETALES</b>			<b>348696</b>		<b>38471</b>
AVENA	KGS	2089250	7892	3.777	0
SALVADO	KGS	235293	400	1.700	0
SOYA	KGS	5826430	17337	2.976	0
ARROZ	KGS	782250	2919	3.732	0
CEBADA	KGS	1554534	4816	3.098	0

<sup>4</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/anemanu\\_01.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/anemanu_01.xls)

LINAZA	KGS	5355660	160605	29.988	0
AMARANTO <sup>5</sup>	TONS	6061	151529	25000.660	38359
ALGA MARINA	KGS	18950	1317	69.499	0
ALGA ESPIRULINA	KGS	1130	73	64.602	0
NOPAL	KGS	6300	23	3.651	0
OTRAS			1785		112

## 2.10 Producción de Amaranto por Estado

En los siguientes puntos se muestran tablas de la producción de amaranto proporcionadas por INEGI por estado en donde se muestra claramente al DF y Tlaxcala como principales productores de amaranto, donde la delegación Xochimilco tiene una importante presencia de producción ya que de toda la producción de amaranto del DF Xochimilco cubre casi el 75% de esta producción.

### 2.10.1 Distrito Federal<sup>6</sup>

TIPO CULTIVO	VOLUMEN (Toneladas)			VALOR (Miles de pesos)		
	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL
<b>DISTRITO FEDERAL</b>	<b>NA</b>	<b>NA</b>	<b>NA</b>	<b>963,135.5</b>	<b>334,873.6</b>	<b>628,261.9</b>
CULTIVOS CÍCLICOS	NA	NA	NA	477,618.2	330,046.6	147,571.5
MAÍZ GRANO	9,410.6	0.0	9,410.6	27,501.8	0.0	27,501.8
AVENA FORRAJERA VERDE	145,739.6	0.0	145,739.6	50,069.1	0.0	50,069.1
EBO (JANAMARGO O VEZA)	665.5	0.0	665.5	871.5	0.0	871.5
<b>AMARANTO</b>	<b>145.2</b>	<b>0.0</b>	<b>145.2</b>	<b>1,967.6</b>	<b>0.0</b>	<b>1,967.6</b>
ELOTE	3,820.0	0.0	3,820.0	8,847.2	0.0	8,847.2
RESTO DE CULTIVOS CÍCLICOS	NA	NA	NA	388,361.0	330,046.6	58,314.3
<b>DELEGACIÓN XOCHIMILCO</b>	<b>NA</b>	<b>NA</b>	<b>NA</b>	<b>211,516.7</b>	<b>199,602.0</b>	<b>11,914.7</b>
CULTIVOS CÍCLICOS	NA	NA	NA	210,822.3	199,602.0	11,220.3
MAÍZ GRANO	875.7	0.0	875.7	2,627.0	0.0	2,627.0
AVENA FORRAJERA VERDE	5,125.7	0.0	5,125.7	1,755.5	0.0	1,755.5
EBO (JANAMARGO O VEZA)	250.5	0.0	250.5	313.9	0.0	313.9
<b>AMARANTO</b>	<b>80.0</b>	<b>0.0</b>	<b>80.0</b>	<b>1,120.0</b>	<b>0.0</b>	<b>1,120.0</b>
ELOTE	312.0	0.0	312.0	699.0	0.0	699.0
RESTO DE CULTIVOS CÍCLICOS	NA	NA	NA	204,306.9	199,602.0	4,704.9

### 2.10.2 Tlaxcala<sup>7</sup>

TIPO CULTIVO MUNICIPIO	VOLUMEN (Toneladas)			VALOR (Miles de pesos)		
	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL
AMARANTO	190.0	36.0	154.0	1,938.0	367.2	1,570.8
NATÍVITAS	190.0	36.0	154.0	1,938.0	367.2	1,570.8
RESTO DE CULTIVOS CÍCLICOS <i>af</i>	NA	NA	NA	8,392.6	8,002.6	390.0

<sup>5</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/anemanu\\_02.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/anemanu_02.xls)

<sup>6</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem05/info/df/m013/c09013\\_10.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem05/info/df/m013/c09013_10.xls)

<sup>7</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae06/info/tlax/c29\\_10.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae06/info/tlax/c29_10.xls)

### 2.10.3 Puebla<sup>8</sup>

TIPO CULTIVO DISTRITO MUNICIPIO	VOLUMEN (Toneladas)			VALOR (Miles de pesos)		
	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL
AMARANTO	2,218.0	0.0	2,218.0	8,872.0	0.0	8,872.0
V CHOLULA	1,200.0	0.0	1,200.0	4,800.0	0.0	4,800.0
ATLIXCO	110.0	0.0	110.0	440.0	0.0	440.0
HUAQUECHULA	40.0	0.0	40.0	160.0	0.0	160.0
SAN ANDRÉS CHOLULA	15.0	0.0	15.0	60.0	0.0	60.0
SAN FELIPE TEOTLALCINGO	30.0	0.0	30.0	120.0	0.0	120.0
SAN MARTÍN TEXMELUCAN	10.0	0.0	10.0	40.0	0.0	40.0
SAN MATÍAS TLALANCALECA	15.0	0.0	15.0	60.0	0.0	60.0
SAN SALVADOR EL VERDE	80.0	0.0	80.0	320.0	0.0	320.0
TOCHIMILCO	900.0	0.0	900.0	3,600.0	0.0	3,600.0
VIZÚCAR DE MATAMOROS	1,018.0	0.0	1,018.0	4,072.0	0.0	4,072.0
ATZITZIHUACÁN	680.0	0.0	680.0	2,720.0	0.0	2,720.0
COHUECAN	338.0	0.0	338.0	1,352.0	0.0	1,352.0
VII TECAMACHALCO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
TLACOTEPEC DE BENITO JUÁREZ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 2.10.4 Hidalgo<sup>9</sup>

TIPO CULTIVO DISTRITO MUNICIPIO	VOLUMEN (Toneladas)			VALOR (Pesos)		
	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL
AMARANTO	21.00	21.00	0.00	199,500.00	199,500.00	0.00
063 MIXQUIAHUALA	21.00	21.00	0.00	199,500.00	199,500.00	0.00
MIXQUIAHUALA DE JUÁREZ	8.00	8.00	0.00	76,000.00	76,000.00	0.00
PROGRESO DE OBREGÓN	9.00	9.00	0.00	85,500.00	85,500.00	0.00
TEZONTEPEC DE ALDAMA	4.00	4.00	0.00	38,000.00	38,000.00	0.00

<sup>8</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae05/info/pue/c21\\_10.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae05/info/pue/c21_10.xls)

<sup>9</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae04/info/hgo/c13\\_10.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae04/info/hgo/c13_10.xls)

## 2.10.5 Oaxaca<sup>10</sup>

CICLO CULTIVO	VOLUMEN (Toneladas)			VALOR (Miles de pesos)		
	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL
PRIMAVERA-VERANO 2005/05	NA	NA	NA	1685 671.66	274 740.84	1410 930.82
MAÍZ GRANDE	442 809.67	44 127.30	398 682.37	1101 035.13	121 141.33	979 893.80
FRIJOL	22 627.83	4 448.45	18 179.38	218 154.07	44 078.68	174 075.39
TOMATE ROJO (JITOMATE)	5 016.93	4 773.93	243.00	45 843.59	44 603.09	1 240.50
CHILE VERDE	6 045.22	1 430.20	4 615.02	75 257.18	7 235.00	68 022.18
CEBOLLA	1 089.00	1 089.00	0.00	4 351.50	4 351.50	0.00
MAÍZ FORRAJERO EN VERDE	18 850.00	14 850.00	4 000.00	5 655.00	4 455.00	1 200.00
SORGO FORRAJERO EN VERDE	17 474.00	11 200.00	6 274.00	5 722.20	3 360.00	2 362.20
AVENA FORRAJERA EN VERDE	12 387.00	10 708.00	1 679.00	4 241.50	3 498.00	743.50
EJOTE	783.80	783.80	0.00	3 622.80	3 622.80	0.00
PAPA	740.35	0.00	740.35	4 442.10	0.00	4 442.10
CEBADA FORRAJERA EN VERDE	6 082.50	6 000.00	82.50	1 841.25	1 800.00	41.25
COL (REPOLLO)	875.00	875.00	0.00	2 625.00	2 625.00	0.00
FLORES	484.20	484.20	0.00	1 435.50	1 435.50	0.00
ARROZ PALAY	1 016.92	0.00	1 016.92	2 068.95	0.00	2 068.95
GLADIOLA	192.00	192.00	0.00	1 194.00	1 194.00	0.00
ALPISTE	338.88	0.00	338.88	1 152.19	0.00	1 152.19
PEPINO	180.00	180.00	0.00	590.00	590.00	0.00
CEBADA GRANDE	151.80	44.00	107.80	377.08	96.80	280.28
CAMOTE	45.00	45.00	0.00	81.00	81.00	0.00
JICAMA	120.00	120.00	0.00	360.00	360.00	0.00
ZANAHORIA	120.00	120.00	0.00	360.00	360.00	0.00
ARVEJÓN	32.40	0.00	32.40	129.60	0.00	129.60
CILANTRO	30.00	30.00	0.00	60.00	60.00	0.00
AMARANTO	4.00	4.00	0.00	52.00	52.00	0.00
EBO (JANAMARGO O VEZA)	25.50	25.50	0.00	30.60	30.60	0.00

## 2.10.6. Campeche<sup>11</sup>

CULTIVO	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL
JITOMATE	186.1	174.1	12.0
MELON	18.8	18.8	-
CALABAZA	11.5	11.5	-
SORGO GRANDE	5 881.0	4.0	5 877.0
SOYA	781.0	-	781.0
CHILE JALAPEÑO	2 742.5	1.0	2 741.5
CHILE HABANERO	7.0	7.0	-
CHILE DULCE	3.0	3.0	-
CACHUATE	61.0	11.0	50.0
JAMAICA	383.0	-	383.0
JICAMA	12.0	-	12.0
AMARANTO	26.0	-	26.0
PEPINO	16.5	9.5	7.0

<sup>10</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/aee06/info/oax/c20\\_10.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/aee06/info/oax/c20_10.xls)

<sup>11</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/aee00/info/cam/c04\\_09.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/aee00/info/cam/c04_09.xls)

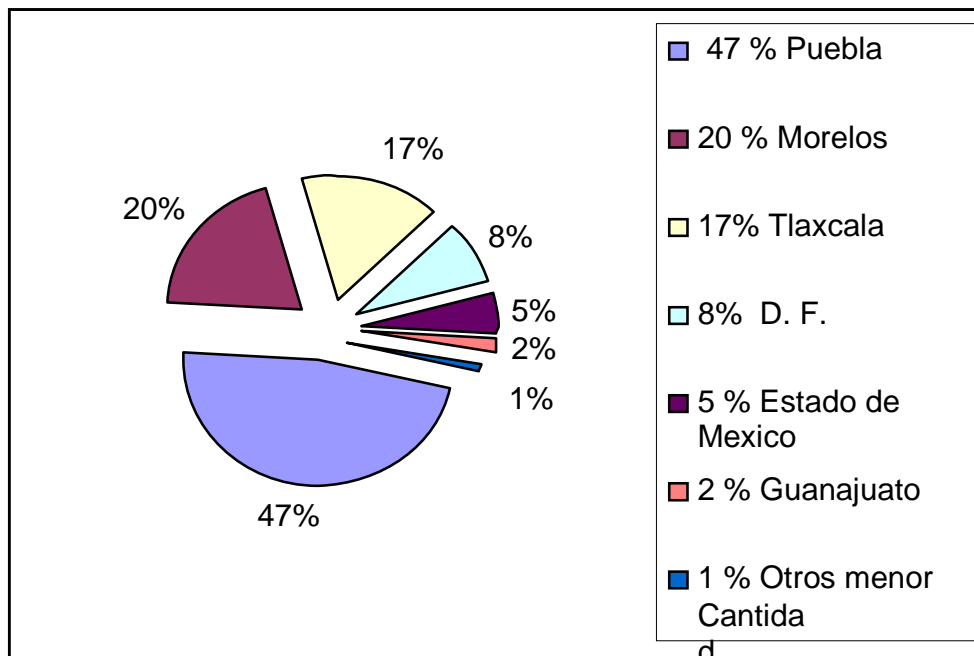
### 2.10.7 Chiapas<sup>12</sup>

TIPO, CULTIVO Y DISTRITO	SUPERFICIE SEMBRADA			SUPERFICIE COSECHADA		
	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL	TOTAL	RIEGO	TEMPORAL
RESTO DE CULTIVOS CICLICOS a/	1351	115	1236	1344	115	1229
02 SAN CRISTOBAL DE LAS CASAS	666	80	586	666	80	586
03 COMITAN DE DOMINGUEZ	653	35	618	653	35	618
04 VILLAFLORES	25	-	25	25	-	25
10 SELVA	7	-	7	0	-	-

a/ Comprende: garbanzo, trigo, col, amaranto y hortalizas.  
b/ Se refiere a superficie plantada en producción.  
c/ Representa el avance de esta labor al mes de marzo de 2000.  
d/ Incluye plátano macho.  
e/ Comprende: ciruela española, chicozapote, coco agua, guayaba, macadamia, mandarina, pimienta gorda, perón piña, tamarindo, tejocote, zapote negro y zarzamora.  
FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural. Subdelegación de Agricultura.

### 2.10.8 Grafica Nacional de Producción de Amaranto

De acuerdo la página de Internet oficial del amaranto las zonas de producción y cultivo de amaranto son las mismas de la época precolombina. Puebla es el mayor productor de amaranto en México con el 47% de la producción nacional, le sigue de cerca Morelos con 20% Tlaxcala 17%, el Distrito Federal 8%, el estado de México 5% y Guanajuato con el 2%,  
respectivamente.<sup>13</sup>



<sup>12</sup> [http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/aee00/info/chs/c07\\_10.xls](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/aee00/info/chs/c07_10.xls)

<sup>13</sup> <http://www.amaranto.org.mx/article/view/70/1/10>

## 2.11 Precio Nacional del Amaranto (Reventado, Harina, Barra)

Los precios nacionales del amaranto investigados en la página de SAGARPA son los siguientes:

### 2.11.1. Al consumidor final<sup>14</sup>

Concepto	Costo(\$)
Palanqueta/Barra tradicional.	4.00
Harina de Amaranto	60.00
Amaranto reventado venta tiendas Kg.	50.00

### 2.11.2. Al mayoreo

Concepto	Costo(\$)
Palanqueta/Barra tradicional.	2.50
Harina de Amaranto	50.00
Amaranto reventado.	32.39

### 2.11.3 Determinación de precio del amaranto reventado nacional como Cereal

Valor de la producción = precio x cantidad del producto

Una tonelada (1000 Kg.) de semilla de amaranto procesada en amaranto reventado se transforma en 26.32 sacos de 38 kilos, cada saco se vende a \$1,230.77 y cada kilo se vende a \$32.39kg.

Valor de la producción = \$1,230.77 (26.32) = \$32,390. 00

Beneficio Bruto = Valor de la Producción - Costos Totales

Beneficio Bruto = \$32,390.00 - \$20,000.00= \$ 12,390.00

Razón Beneficio costos:

Beneficio Bruto/ Costo Total.

\$12,390.00/\$20,000.00 = **62 %**

Razón Beneficio ventas:

Beneficio/ Valor de la Producción

\$ 12,390.00/ \$32,390.00 = **39%**

Nota: esta forma de determinar el precio fue proporcionada por la SAGARPA.

<sup>14</sup> <http://www.sagarpa.gob.mx/dlg/df/planrectoramamaranto>

## 2.12. Conclusión

En nuestro país el producir y comercializar el amaranto desde los aztecas ha sido de gran importancia, ya que ha sido un alimento que ha trascendido y que hoy en día es usado para diferentes usos.

En este capítulo conocimos quienes eran los principales estados productores y comercializadores del amaranto a nivel nacional, conocimos el proceso de producción y que existen factores que pueden perjudicar la producción de este alimento.

El amaranto es un alimento con alto nivel de nutrición, ya que es uno de los productos con mayor cantidad de vitaminas y que puede ser utilizado para prevenir enfermedades y es recomendado para que los consuman las mujeres.

Hoy en día debemos de conocer e identificar cuales son los beneficios para poder comercializar este producto, y así hacer frente a la competencia del mercado extranjero, ofreciéndoles un producto con mayor calidad y con los mejores procesos de producción.

No obstante no debemos olvidar que somos un país productor de amaranto y que podemos competir con cualquier tipo de mercado, siempre y cuando las propiedades nutricionales de nuestro producto no cambien, ya que son la parte fundamental para hacer la diferencia con otros productores

### **CAPITULO III**

#### **ANALISIS DEL PAIS META, ANALISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO Y EL MERCADO DEL AMARANTO**

Este capítulo el equipo ha decidido dividirlo en tres partes, en la primera parte hablaremos del país y estado a donde queremos exportar el amaranto reventado, en la segunda parte hablaremos acerca del comercio exterior de México y la parte tres tratara acerca del mercado del amaranto.

El mercado de Estados Unidos resulta interesante para el exportador mexicano por una variedad de razones: la cercanía geográfica, la rentabilidad del mercado, el mercado latino en general y los beneficios arancelarios proporcionados por el Tratado de Libre Comercio TLCAN.

Es por eso que en este capítulo analizaremos el país y el estado a donde queremos comercializar el amaranto reventado y que en este caso el país sería Estados Unidos de América y su estado Houston, Texas.

Conoceremos también cuales son los principales sectores a los que importan a este y cuales son los principales hacia donde exporta estados unidos, mostraremos y analizaremos su balanza comercial nacional y comparada con México

Competir en los mercados internacionales requiere cada vez más de conocimiento y preparación. Hoy las empresas que quieren exportar sus productos necesitan conocer no solo en que mercados pueden colocar sus productos, sino también que es lo que los consumidores de esos mercados esperan de las mercancías que adquieren, pero sin antes haber analizado las cifras de comercio exterior de México.

Un punto muy importante que debemos tomar en cuenta es ver los hábitos de consumo de nuestros consumidores, ya que el comercializar el amaranto reventado a los estadounidenses puede ser difícil y talvez no aceptado.

Para poder comercializar un producto en el extranjero sería importante tomar en cuenta el número de habitantes México americanos, ya que ellos podrían ser los principales consumidores de nuestro producto por que ya lo conocen y Además es un producto que no es nocivo para la salud.

Cabe mencionar que el amaranto reventado es un alimento procesado y que tiene muchos beneficios, además estos alimentos están siendo demandados en el mercado extranjero y estados unidos es el principal importador de este tipo de productos, compararemos los precios del amaranto para ver cual es la variación con el precio mexicano.

### 3.1. Estados Unidos de América



El nombre oficial de este país es Estados Unidos de América (United State of América); es un país integrado por 50 estados, un distrito y su capital es Washington DC-

### 3.2. Población

La población de estados unidos esta compuesta de la siguiente forma:

- Nacionales 83%
- Extranjeros 27%

El porcentaje de población extranjera se desglosa a continuación:

- América Latina 51%
- Asia 27%
- Europa 16%
- Resto del Mundo 6%

La población mexicana se encuentra dentro del rubro de América latina y actualmente tiene el 21.30% de la población tomando en cuenta que el 51% es el 100% de hispanos, esta información fue proporcionada por un agente aduanal de la CAAAREM y es por todo el país.

La industria de este país se basas en la explotación de acero, aluminio, cobre y ácido sulfúrico; así como en la fabricación de: automóviles, neumáticos, textiles, plásticos, fertilizantes, etc.

En cuanto a la agricultura se pueden mencionar entre sus principales cultivos: el maíz, trigo, papas, algodón, cacahuates, tabaco, naranjas, soja, jitomates, caña de azúcar, y actualmente **amaranto**.<sup>15</sup> También se dedican a la crianza de ganado bovino, porcino y a la

<sup>15</sup> Fuente: México: World Trade Atlas, Secretaría de Economía (2007)

pesca. Los recursos minerales con los que cuenta este país son petróleo, carbón, hierro, cobre, plomo, zinc, bauxita, fosfatos, uranio, molibdeno, oro.<sup>16</sup>

### 3.3. Moneda

- 10.86usd (periódico reforma 16/07/07)

### 3.4. Participación en organismos internacionales

Estados Unidos se caracteriza por pertenecer a la gran mayoría, de Organismos Internacionales como son los siguientes:

APEC, ARF (dialogue partner), AsDB, ASEAN (dialogue partner), Australia Group, BIS, CCC, CE (observer), CERN (observer), CP, EAPC, EBRD, ECE, ECLAC, ESCAP, FAO, G-5, G-7, G-10, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICFTU, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRCs, IHO, ILO, IMF, IMO, Inmarsat, Intelsat, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITU, MINURSO, MIPONUH, NAM (guest), NATO, NEA, NSG, OAS, OECD, OPCW, OSCE, PCA, SPC, UN, UN Security Council, UNCTAD, UNHCR, UNIKOM, UNITAR, UNMEE, UNMIBH, UNMIK, UNOMIG, UNRWA, UNTAET, UNTSO, UNU, UPU, WCL, WHO, WIPO, WMO, WTO, ZC.<sup>17</sup>

### 3.5. Importancia del Comercio en Norteamérica

Dentro del seminario que nos impartieron en bancomext que llevaba por nombre “relaciones Comerciales con Estados Unidos” nos proporcionaron las cifras que a continuación presentamos ya que son muy importantes por que como podemos observar el mercado hacia donde queremos acceder es muy amplio y es una de las potencias mundiales.

Estados Unidos es la región de mayor importancia comercial para la economía de México y para muchos otros países, pues participa con más del 20% del comercio mundial (2.9 millones de millones de dólares ha el 2006

Desde la entrada en vigor del TLCAN, el comercio bilateral México-EE.UU. ha crecido y eso ha beneficiado a la mayoría de los sectores.

El producto interno bruto o producto interior bruto (PIB) es el valor total de la producción corriente de bienes y servicios finales dentro del territorio nacional durante un período de tiempo determinado, que generalmente es un trimestre o un año.<sup>18</sup>

### 3.6. Producto Interno Bruto por Estado (2006)

1. California: 1,446 miles de millones de dls.

---

<sup>16</sup> [www.mapquest.com](http://www.mapquest.com)

<sup>17</sup> Seminarios “Establecimiento y Operación de Negocios en los Estados Unidos: Aspectos Prácticos y Jurídicos-Exportaciones e Inversiones”

<sup>18</sup> [es.wikipedia.org/wiki/PIB](http://es.wikipedia.org/wiki/PIB)

2. Nueva York: 821 mil millones de dls.
3. Texas: 813 mil millones de dls.
4. Florida: 550 mil millones de dls.
5. Illinois: 499 mil millones de dls.
6. Pennsylvania: 449 mil millones de dls.
7. Ohio: 403 mil millones de dls.
8. New Jersey: 397 mil millones de dls.
9. Michigan: 365 mil millones de dls.
10. Georgia: 320 mil millones de dls.

Como se puede observar los estados de California, New York y Texas, son los que tienen el mayor PIB y esto nos puede beneficiar por que la demanda y la oferta de nuestro producto puede aumentar, sus industrias se encuentran bien establecidas a diferencia de otras y nuestro producto puede ser bien aceptado.

### 3.7. Análisis de la Economía de Estados Unidos

Al hablar de la economía estadounidense sin duda, hablamos de una economía que se encuentra íntimamente interrelacionada con el comportamiento de la economía global y de los mercados financieros internacionales. En este sentido, durante los últimos años EE.UU. se ha visto favorecido por la amplia liquidez de los mercados financieros y bajas tasas de interés para financiar su creciente déficit comercial y de cuenta corriente.

A raíz de los ataques del 11 de septiembre y las caídas de la bolsa de Nueva York, la economía entró en un proceso de desaceleración y recesión el cual se dio por terminado a principios del año 2003 esto fue mencionado en el seminario impartido por BANCOMEXT y que a partir de ese año los EE.UU. han registrado un fuerte crecimiento económico.

Este fuerte crecimiento económico que ha observado EE.UU. en los últimos tres años ha estado soportado e impulsado por substanciales ganancias en la productividad de la mano de obra, crecimiento en la inversión por parte de las empresas y el continuo incremento en el consumo.

En lo que respecta a las empresas, las utilidades han venido creciendo durante los últimos tres años, impulsadas principalmente por fuertes avances en la productividad. La situación financiera de las empresas es en general sana, con ventas en expansión y costos de financiamiento que continúen relativamente bajos, lo que ha impulsado la inversión principalmente en equipo y software.

Como excepción a lo antes mencionado, las industrias de las aerolíneas y automotriz enfrentan problemas estructurales de competitividad y altos costos de mano de obra, beneficios médicos y de retiro que las tienen en una situación de alta fragilidad.

Por lo que se refiere al consumo, la situación de las familias se considera relativamente sana por la fortaleza del mercado laboral antes mencionada, el continuo incremento en el ingreso disponible que ha venido creciendo en promedio un 5% anual durante los tres últimos años y por el valor de sus activos con relación al nivel de deuda que mantienen.

### 3.8. Situación Económica de EUA.

La economía estadounidense como ya sabemos es fuerte, diversa, tecnológicamente avanzada y estable. Es de vital importancia mencionar que a pesar de los ataques que sufrió EUA el 11 de septiembre del 2001, esta nación mostró la fortaleza y gran resistencia económica que posee y en duda este país posee la economía más poderosa del mundo.

#### 3.8.1. Características principales de la economía de estados unidos

- Los Estados Unidos, EE.UU. representan la economía más grande y tecnológicamente más avanzada del mundo.
- En esta economía, las empresas gozan de gran flexibilidad para invertir, despedir y contratar trabajadores, así como desarrollar nuevos productos. Las empresas estadounidenses se encuentran a la cabeza de los avances tecnológicos, especialmente en computadoras, equipos médicos, aeroespaciales y militares.
- El rápido avance de la tecnología ha generado que se desarrolle en los EE.UU. un mercado laboral de dos niveles. Uno sin suficiente educación y capacitación con bajos salarios y beneficios y el nivel alto que está bien capacitado y pagado.

### 3.9. Recursos naturales

Los principales recursos naturales con los que cuenta EUA son en su mayoría metales: cobre, plomo, molibdeno, fosfatos, uranio, bauxita, oro, hierro, mercurio, níquel, potasa, plata, carbón, tungsteno, cinc, petróleo, gas natural, estaño

### 3.10. Productos agrícolas

En cuanto a productos agrícolas y ganaderos EUA cuenta con enormes extensiones de áreas fértiles que dedica a la agricultura y cultivo en muchas áreas, siendo sus principales productos: trigo, granos, maíz, frutas, vegetales, algodón, carne, pescados, lácteos y madera. Además, posee importantes yacimientos de carbón, petróleo y diversos minerales.

### 3.11. Principales industrias

El poder industrial líder que tiene en el mundo, muy diversificado y avanzado tecnológicamente, como es el petróleo, acero, vehículos a motor, aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, equipos electrónicos e industrias agroalimentarias.

Sus industrias son altamente diversificadas y punta de lanza en materia tecnológica, principalmente en las áreas de energía, petróleo, hierro, vehículos automotores, tecnología aeroespacial, telecomunicaciones, química, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera y minería.

Cabe destacar que para EUA en el área de las artes y el entretenimiento, al poseer una grandísima industria cinematográfica y de televisión le genera miles de millones de dólares cada año; siendo esta industria una de las mas importantes para este país.

En todos los aspectos económicos, las empresas americanas o son las primeras o son de las primeras en lo que se refiere a la tecnología, especialmente en ordenadores, equipos médicos y técnicas aeroespaciales, aunque esta ventaja se ha ido acortando desde la Segunda guerra Mundial.

El avance en tecnología sobrepasa con largueza el gradual desarrollo del 'mercado laboral de dos niveles', en el cual los del nivel inferior carecen de la educación y de la formación profesional de los del nivel superior y cada vez más, no consiguen aumentos salariales, seguridad social y otros beneficios.

Las empresas y negocios estadounidenses gozan de gran flexibilidad comparadas con Europa Occidental o Japón en cuanto a decisiones como aumentar capital, despido de trabajadores o desarrollo de nuevos productos. Al mismo tiempo, deben enfrentar altas barreras en la competencia contra sus rivales económicos y la creciente entrada de empresas extranjeras.

En esta economía orientada hacia el libre mercado, individuos y empresas toman las decisiones mientras que el gobierno compra todos los bienes y servicios en los mercados privados.

Cuando hablamos de EUA como un país potencial, también se habla de sus mercados problemas económicos por una inversión insuficiente en infraestructura, los altos costos médicos para la población de la tercera edad, déficit comercial y el estancamiento de los ingresos familiares, sobre todo en los grupos más bajos.

La nación estadounidense también se ve afectada por el estado de los mercados mundiales y sigue atenta los problemas financieros de otros países.

En su economía orientada al mercado, la iniciativa individual y las firmas comerciales toman muchas de las decisiones y las compras del gobierno, tanto de servicios como de productos se hacen en el mercado libre.

La industria de alimentos y bebidas ocupa el primer lugar entre todas las industrias de manufactura en los estados unidos. Entre las principales líneas de productos destacan: dulces botanas, productos deshidratados, refrescos, salsas, botanas, condimentos, verduras procesadas, bebidas alcohólicas, cereales y abarrotos en general.<sup>19</sup>

La industria de alimentos y bebidas esta integrada por cuatro sectores nos comenta el agente aduanal de Braniff, uno que es el manufacturero, dos los mayoristas, tres los detallistas y cuatro las cadenas de servicios (restaurantes, cafeterías, comidas rápidas, etc.).

---

<sup>19</sup> Estudio del mercado hispano del medio oeste de los EUA, por Gerardo Nava Domínguez, Secretaria de Economía 2006, Aprocede, A. C.

### 3.12. Cifras de Comercio Exterior de Estados Unidos

#### 3.12.1 Relaciones comerciales entre México y Estados Unidos

El intercambio comercial entre México y Estados Unidos se vio fortalecido de manera importante a partir de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Entre los años 2001 y 2003, el intercambio comercial de México con Estados Unidos tendió a decaer inestablemente; sin embargo, esas disminuciones se derivan en mayor medida de las importaciones que realiza México que por las exportaciones a Estados Unidos.

En el período que indica el cuadro balanza comercial, las exportaciones de México a Estados Unidos sólo disminuyeron en 2001, pero es importante mencionar que durante ese año, por los acontecimientos del 11 de septiembre, las importaciones totales de Estados Unidos cayeron.

#### **México: balanza comercial con Estados Unidos (Millones de dólares)**

<b>Periodo</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Intercambio</b>	<b>Saldo</b>
1999	120,610	105,288	225,898	15,322
2000	147,640	127,566	275,206	20,074
2001	140,296	113,777	254,073	26,519
2002	142,638	106,557	249,195	36,081
2003	146,335	105,362	251,697	40,973
2004	167,455	110,940	278,395	56,515
2005	183,437	118,406	301,843	65,031
2005 ene-mar	46,924	27,013	73,937	19,911
2006 ene-mar	59,001	31,131	90,132	27,870

Fuente: México: World Trade Atlas, Secretaría de Economía

En el año 2005, las exportaciones mexicanas a Estados Unidos alcanzaron el nivel más alto que se haya registrado en la relación comercial bilateral, lo cual nos habla de una mejor estabilidad económica.

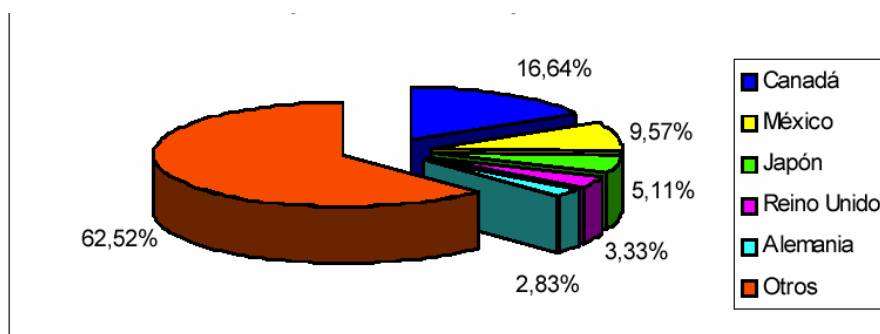
Aun cuando existe una intensa competencia por acceder al mercado estadounidense, debe destacarse que México ocupa el tercer lugar como abastecedor de productos, contribuyendo en el 2005 con el 10.15% del total importado por este país.

Los principales productos que México vende a Estados Unidos son: máquinas, aparatos y material eléctrico, automóviles, tractores, aceites crudos de petróleo, máquinas automáticas para procesamiento de datos, instrumentos y aparatos de óptica, médico quirúrgicos, entre otros.

Los principales productos importados por México procedentes de Estados Unidos son máquinas, aparatos y material eléctrico, máquinas automáticas para procesamiento de datos, partes y accesorios de vehículos, materias plásticas y sus manufacturas, aceites y combustibles, entre otros.

### 3.13. Principales socios de Exportación

Canadá es el principal destino de las exportaciones estadounidenses, con una Participación del 16,6% sobre el total vendido en 2006, seguido por México con el 9,6%, Japón con 5,1%, Reino Unido con el 3,3% y Alemania con el 2,8%. En conjunto, los cinco (5) principales países concentran el 37,5% del total de las exportaciones estadounidenses y el rubro de otros se basa en el resto del mundo hasta el año 2006.<sup>20</sup>



Fuente: World Trade Atlas.

### 3.14. Principales socios de Importación

Canadá es el principal proveedor de las importaciones estadounidenses, con una participación del 15% sobre el total de las compras en 2006, seguido por China con el 10%, México con el 9%, Japón con el 8% y Alemania con el 5%. En conjunto, los cinco (5) principales países proveedores concentran el 46,5% del total del mercado. Colombia participó tan solo con el 0,42% en las importaciones de este país hasta el año 2006.<sup>21</sup>

### 3.15. Principales sectores que importa Estados Unidos

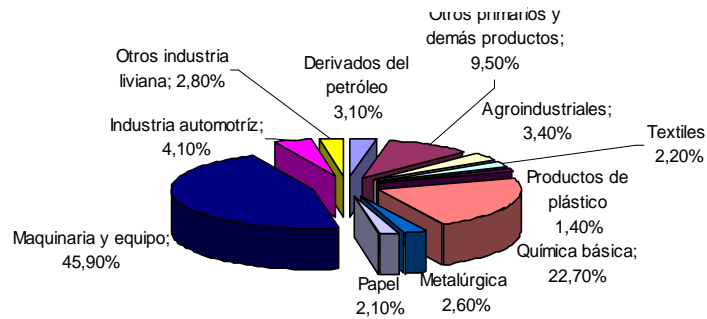
De acuerdo a la información proporcionada EUA es un principal importador de maquinaria y equipo, seguidos por productos químicos y productos de la industria automotriz, claro sin menospreciar las demás importaciones que realiza, que aunque no son de la misma magnitud como las ya mencionadas no les restan importancia como son productos derivados de petróleo, textiles, plástico, papel y demás productos esta información es a el años 2005.

<sup>20</sup> Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México

<sup>21</sup> Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México

**Participación sectores sobre total importado**

**E**

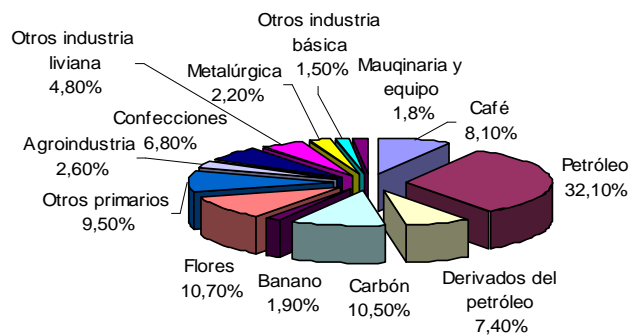


**3.16. Principales sectores que exporta Estados Unidos**

Mientras que las exportaciones que realiza EUA son principalmente petróleo con un 32% siendo una de sus principales industrias, siguiéndole a este las flores y carbón con un par nada despreciable 10.7% y 10.5% entre otras industrias como son café, maquinaria y equipo y metalurgia esta información es a el años 2005.

**Participación sectores sobre total exportados**

**Enero-Abril 2005**



**3.17. El Mercado de Houston, Texas**



Houston tiene la ventaja geográfica de estar localizado equidistantemente entre las costas este y oeste, a la vez que en la zona central del tiempo, facilitando las comunicaciones con México y otros estados de la Unión Americana, por lo que cuenta con la ubicación ideal, que lo convierte en un portal para realizar negocios internacionales; es uno de los principales centros de negocios en Estados Unidos.

Este centro de negocios internacional representa un comercio muy importante para productos mexicanos, ya que su cercanía y comunicación aérea, terrestre y marítima con México, lo hacen un centro de distribución y consumo importante de productos mexicanos.

### 3.17.1. Economía

El tamaño de la economía de la zona metropolitana de Houston fue de \$230.1 billones de dólares en 2001, en términos del producto bruto del área; para tener una idea de la dinámica de ésta, comparamos la economía del estado de Texas que fue de \$776 billones de dólares y la de México como país de \$618 billones de dólares. Si Houston fuera una nación independiente, sería la decimonovena más grande economía del mundo. Texas representa un enorme corredor económico para México por sus más de 1,200 millas de las 2,000 millas entre México y Estados Unidos.<sup>22</sup>

### 3.17.2. Población

Houston es la cuarta ciudad más grande de Estados Unidos después de Nueva York, Los Ángeles y Chicago y la más grande del sureste del país y del estado de Texas.

Su población como área metropolitana<sup>23</sup> es de 4.8 millones de habitantes de los cuales aproximadamente 1.8 millones son hispanos; el 81% es de origen mexicano hasta el 2006. Houston es el quinto mercado hispano en tamaño en Estados Unidos.<sup>24</sup>

### 3.17.3. Industria y comercio

Los principales sectores de la economía en Houston

Sectores	Prioridad		
	Alta	Media	Baja
Alimentos (procesados, frescos, pesca)	C		
Automotriz y autopartes			C,I
Eléctrico - Electrónico	I		
Materiales para construcción		C	
Metalmecánico	C,I		
Muebles		C	
Plástico			I
Químico - Farmacéutico	C,I	C	
Regalos		C	
Energía	I		

Esta información fue proporcionada por Armando Camarena Aranda quien trabaja en BANCOMEXT y es el encargado del mercado de Houston, como se puede observar el sector de alimentos procesados tiene un gran flujo de comercio y eso nos ayuda por que podemos tener una visión de cómo se comporta el mercado y puede ser relevante para que tenga una buena aceptación.

<sup>22</sup> El mercado de Houston, Texas, BANCOMEXT 2006

<sup>23</sup> Statistical Abstract censo de 2006.

<sup>24</sup> Oportunidad de negocios, BANCOMEXT 2006

### 3.17.4. Industrias relevantes:

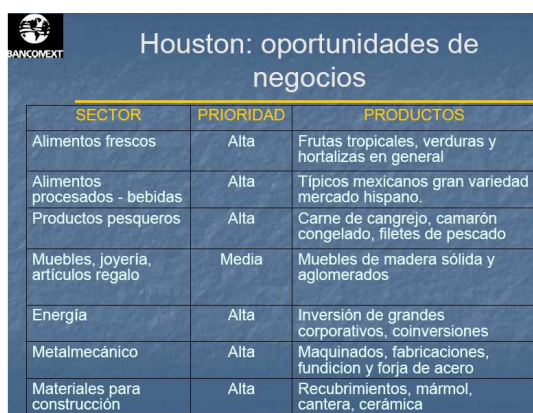
- Energía - gas y petróleo
- Manufactura: química, refinación básica de petróleo, computadoras y electrónica, maquinaria relacionada al campo petrolero principalmente, fabricación de otros productos metálicos.
- Producción petroquímica y química
- Investigación médica y cuidados de la salud
- Industria aeroespacial
- Alta tecnología (software, aeroespacial, medio ambiente)
- Comercio al mayoreo y menudeo
- Bienes raíces
- Agricultura
- Banca y finanzas

Los cinco principales socios comerciales de las empresas en Houston son: México, Canadá y Reino Unido, Venezuela y Brasil, estos países son sus principales exportadores e importadores.

### 3.17.5. Principales productos importados:

- Petróleo y sus derivados.
- Productos de hierro y acero.
- Fertilizantes y Minerales.
- Químicos orgánicos.
- Madera y productos de madera.
- Cereales.
- Plásticos.
- Grasas.

### 3.17.6. Principales áreas de oportunidad comercial:



The table is titled "Houston: oportunidades de negocios" and is presented on a blue background. It features a logo for "BANCOMEXT" in the top left corner. The table has three columns: "SECTOR", "PRIORIDAD", and "PRODUCTOS". The rows list various sectors with their corresponding priority levels and product types.

SECTOR	PRIORIDAD	PRODUCTOS
Alimentos frescos	Alta	Frutas tropicales, verduras y hortalizas en general
Alimentos procesados - bebidas	Alta	Típicos mexicanos gran variedad mercado hispano.
Productos pesqueros	Alta	Carne de cangrejo, camarón congelado, filetes de pescado
Muebles, joyería, artículos regalo	Media	Muebles de madera sólida y aglomerados
Energía	Alta	Inversión de grandes corporativos, coinversiones
Metalmecánico	Alta	Maquinados, fabricaciones, fundición y forja de acero
Materiales para construcción	Alta	Recubrimientos, mármol, cantera, cerámica

Si retomamos el punto donde hablamos de los principales productos importados, los sectores de la economía de Houston y lo cruzamos con las oportunidades de negocios del

mismo estado, nos damos cuenta que sería viable comercializar el amaranto reventado en este estado; ya que tanto el sector de la economía, el producto importado y la oportunidad nos demuestran que el sector de alimentos procesados está siendo demandado y por tanto podemos exportar nuestro producto

### 3.18. Razones por las que seleccionamos Houston, Texas como nuestro mercado

- La posición geográfica y su cercanía a México.
- Tiene el rubro del producto que queremos exportar y es el área de alimentos procesados es una oportunidad para entrar en este mercado.
- La infraestructura con la que cuentan es muy estable.
- La importante presencia de población hispana (1.8 millones) y su poder adquisitivo, ya que la gran mayoría son mexicanos.

### 3.19. CIFRAS DE COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

#### 3.19.1. Balanza Comercial de México General

##### BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO

Millones de dólares

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006p	2007p
<b>Exportación Total</b>	<b>166,455</b>	<b>158,443</b>	<b>160,682</b>	<b>165,355</b>	<b>187,999</b>	<b>214,233</b>	<b>19,206</b>	<b>18,989</b>
Neta s/Maquila	86,988	81,562	82,641	87,610	101,047	260,886	11,131	3,395
Neta s/Petróleo	150,072	145,644	146,205	146,722	164,332	182,342	15,719	16,396
Neta s/Maq y Pet.	70,605	68,763	68,164	68,977	77,380	228,996	7,643	802
Petroleras	16,383	12,799	14,477	18,634	23,667	31,891	3,488	2,593
No Petroleras	150,072	145,644	146,205	146,722	164,332	182,342	15,719	16,396
Agropecuarias	4,217	3,903	3,827	4,795	5,684	6,008	854	718
Extractivas	521	389	389	517	901	1,168	70	84
Manufactureras	145,334	141,353	141,989	141,410	157,747	97,401	14,795	15,594
Maquiladoras	79,467	76,981	78,041	77,745	86,952	77,765	8,075	0
Tradicional	65,867	64,472	63,948	63,664	70,796	221,820	6,720	0
<b>Importación Total</b>	<b>174,458</b>	<b>168,397</b>	<b>168,679</b>	<b>170,958</b>	<b>196,810</b>	<b>221,820</b>	<b>18,512</b>	<b>20,698</b>
Neta s/Maquila	112,749	110,798	109,383	111,901	129,067	146,141	12,281	5,578
Consumo	16,691	19,752	21,178	21,608	25,409	31,513	2,468	3,043
Intermedio	133,637	128,149	126,508	129,212	149,804	164,092	13,759	15,119
Maquiladoras	61,709	57,599	59,296	59,058	67,742	75,679	6,231	0
Tradicional	71,929	68,550	67,212	70,154	81,061	88,412	7,528	0
Capital	24,130	22,468	20,993	20,237	22,597	26,216	2,285	2,536
<b>Balanza Comercial</b>	<b>-8,003</b>	<b>-9,954</b>	<b>-7,997</b>	<b>-5,603</b>	<b>-8,811</b>	<b>-7,587</b>	<b>694</b>	<b>-1,709</b>
Neta s/Maquila	-25,762	-29,236	-28,742	-24,290	-29,020	114,746	-1,150	-2,183
Neta s/Petróleo	-24,386	-22,752	-22,474	-24,236	-32,478	-39,478	-2,793	-4,302
Maquila	17,759	19,282	18,745	18,688	19,209	2,088	1,845	0

#### 3.19.2. Exportaciones Totales de México

Al ver en la tabla las exportaciones que ha realizado México a partir del año 1993 nos damos cuenta claramente que sus exportaciones son muy variadas especialmente en los años 1998 y 2001 principalmente en con los países de América del norte EUA y Canadá y con algunos otros como son Corea y la Asociación Europea de Libre Comercio a pesar de que se aprecia un decremento inestable, sus exportaciones se mantienen estables y en aumento en comparación con los demás años.

País	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	enero-diciembre 2006
<b>TOTAL</b>	51,832.0	60,817.2	79,540.6	96,003.7	110,236.8	117,469.6	136,391.1	166,454.8	198,442.9	160,762.7	165,356.2	189,200.4	213,994.7	260,461.3
<b>NORTEAMÉRICA</b>	44,419.5	53,127.9	68,260.1	82,746.0	96,340.9	104,442.9	122,784.2	151,038.6	143,366.0	145,854.0	149,634.5	167,876.0	188,763.8	218,145.2
Estados Unidos	42,850.9	51,646.1	66,272.7	80,574.0	94,184.8	102,923.9	120,392.9	147,685.5	140,296.5	143,047.9	146,802.7	165,111.3	185,440.3	214,166.7
Canadá	1,568.7	1,482.8	1,987.4	2,172.0	2,156.1	1,518.9	2,391.3	3,353.1	3,069.5	2,806.0	2,831.8	2,764.8	3,314.5	3,979.5
<b>ALADI</b>	1,697.1	1,772.6	3,247.8	3,788.0	4,022.6	3,242.6	2,387.1	2,890.2	3,026.9	2,609.6	2,394.1	3,648.0	4,813.0	6,178.1
<b>CENTROAMÉRICA</b>	502.3	560.2	721.9	889.0	1,147.0	1,321.1	1,296.9	1,410.9	1,480.1	1,484.0	1,504.4	1,638.4	2,145.8	2,538.4
<b>UNIÓN EUROPEA</b>	2,794.0	2,810.3	3,370.5	3,568.2	4,067.8	4,014.3	5,353.2	5,740.8	5,394.1	5,265.1	5,656.8	6,565.1	9,807.1	13,444.6
<b>ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO</b>	151.7	169.7	624.9	399.2	358.5	275.6	456.0	586.1	456.8	461.0	706.6	785.5	1,087.3	1,668.7
<b>NIC'S</b>	277.3	305.2	813.0	907.9	781.4	789.9	902.5	716.2	843.7	912.5	646.7	788.3	1,201.5	2,014.4
Corea	28.3	41.3	91.2	197.6	66.3	73.5	153.8	188.9	309.6	205.8	100.5	118.3	90.1	133.3
Taiwán	23.4	23.1	44.0	41.6	42.7	49.9	91.2	143.6	171.9	214.1	105.6	123.5	187.1	366.7
Hong Kong	94.6	173.5	504.3	433.6	283.1	217.1	177.8	187.3	119.8	194.6	257.9	279.6	305.2	320.9
Singapur	131.1	67.3	173.5	235.1	387.2	440.4	479.6	196.4	242.2	298.0	182.7	266.8	619.1	1,191.5
JAPÓN	696.4	897.0	979.3	1,293.4	1,156.3	851.3	776.1	930.5	620.6	465.1	606.8	551.0	837.1	833.0
PANAMÁ	147.1	123.7	224.1	280.7	334.3	351.1	303.4	282.8	247.1	316.0	356.6	354.7	483.6	599.1
CHINA	44.8	42.2	37.0	38.3	45.9	106.0	126.3	203.6	281.8	455.9	463.0	466.7	300.7	493.0
ISRAEL	103.8	3.4	10.5	9.5	30.4	17.9	37.9	54.6	39.4	61.2	56.6	54.9	84.7	84.9
<b>RESTO DEL MUNDO</b>	1,008.0	904.9	1,251.4	1,983.5	1,951.8	2,046.9	1,967.6	2,600.6	2,696.3	2,888.3	3,331.1	6,471.8	4,470.1	4,461.7

Fuente: SE con datos de Banco de México

Nota 1: Las exportaciones incluyen fletes más seguros

Nota 2: Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila

Nota 3: Las cifras, por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios ulteriores

1/ Estos países pertenecen a la Unión Europea a partir de enero de 1995

2/ Este país pertenece a la ALADI a partir del 25 de agosto de 1999

### 3.19.3. Importaciones Totales de México

En tanto que las importaciones que realiza México de los demás países van en aumento cabe mencionar que como economía nos mantenemos estables ya que son compensadas las importaciones realizadas con las exportaciones que hacemos.

País	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	enero-diciembre 2006
<b>TOTAL</b>	65,366.5	79,345.9	72,453.1	89,468.8	109,808.2	125,373.1	141,974.8	174,457.8	168,396.4	168,678.9	170,958.2	197,303.3	221,414.4	266,204.8
<b>NORTEAMÉRICA</b>	46,470.0	56,411.2	55,202.8	69,279.7	83,970.3	95,548.6	108,216.2	131,551.0	118,001.6	111,037.0	109,806.6	114,978.0	124,569.7	137,828.4
Estados Unidos	45,294.7	54,790.5	53,828.5	67,536.1	82,002.2	93,258.4	105,267.3	127,534.4	113,766.8	106,556.7	105,685.9	109,558.2	118,406.3	130,453.1
Canadá	1,175.3	1,620.6	1,374.3	1,743.6	1,968.0	2,290.2	2,948.9	4,016.6	4,234.9	4,480.3	4,120.8	5,419.8	6,163.4	7,375.3
<b>ALADI</b>	2,172.9	2,599.0	1,420.7	1,755.0	2,306.7	2,589.0	2,857.5	4,017.5	4,743.4	5,473.9	6,528.7	9,044.3	10,599.4	12,445.2
<b>CENTROAMÉRICA</b>	119.2	150.3	88.6	172.2	201.8	221.5	316.6	333.1	359.7	623.5	867.6	1,254.3	1,431.4	1,412.2
<b>UNIÓN EUROPEA</b>	7,877.3	9,116.0	6,790.0	7,800.4	10,035.8	11,845.6	12,928.3	15,056.7	16,681.0	16,950.1	18,501.1	21,817.6	25,756.7	28,939.4
<b>ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO</b>	530.7	530.4	414.3	484.2	616.8	648.3	777.0	851.1	906.9	872.1	921.2	1,079.8	1,238.0	1,386.1
<b>NIC'S</b>	2,201.6	2,815.0	2,139.0	2,580.6	3,582.6	4,187.0	5,313.8	6,911.3	8,235.9	10,261.6	8,500.9	11,626.0	13,345.0	18,215.1
Corea	925.8	1,208.8	974.2	1,177.6	1,831.0	1,951.3	2,964.0	3,854.8	3,631.6	3,947.6	4,137.4	5,380.6	6,534.4	10,671.3
Taiwán	717.4	1,029.4	716.2	890.9	1,136.5	1,526.6	1,566.8	1,994.3	3,015.3	4,250.1	2,509.1	3,614.7	4,046.0	4,974.5
Hong Kong	343.2	286.9	159.4	129.2	189.4	216.1	252.8	455.8	441.8	509.0	516.6	422.2	549.3	614.6
Singapur	215.1	290.0	289.2	382.9	425.6	493.0	540.1	606.3	1,147.2	1,555.0	1,337.8	2,228.5	2,215.3	1,954.7
JAPÓN	3,928.7	4,780.0	3,952.1	4,132.1	4,333.6	4,537.0	5,083.1	6,465.7	8,085.7	9,348.6	7,622.8	10,720.0	13,022.6	15,293.9
PANAMÁ	60.7	24.5	8.9	6.6	19.2	16.0	25.6	119.6	45.2	35.3	37.8	41.4	78.4	57.4
CHINA	386.4	499.7	520.6	759.7	1,247.4	1,616.5	1,921.1	2,879.6	4,027.3	6,274.4	9,400.8	14,457.7	17,630.7	24,443.6
ISRAEL	45.3	85.1	46.7	79.1	112.1	137.4	172.7	296.5	267.7	250.1	313.5	408.2	370.3	428.9
<b>RESTO DEL MUNDO</b>	1,573.7	2,334.7	1,869.5	2,419.2	3,382.0	4,026.0	4,362.9	5,975.7	7,052.1	7,552.3	8,457.2	11,875.9	13,372.2	16,754.4

Fuente: SE con datos de Banco de México

Nota 1: Las importaciones son a valor aduanal

Nota 2: Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila

Nota 3: Las cifras, por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios ulteriores

1/ Estos países pertenecen a la Unión Europea a partir de enero de 1995

2/ Este país pertenece a la ALADI a partir del 25 de agosto de 1999

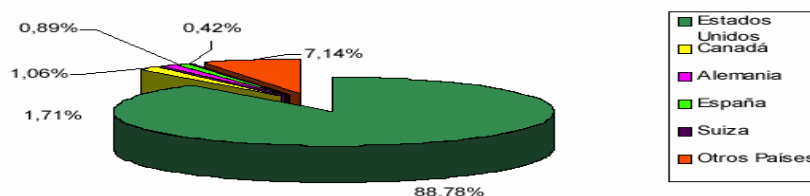
### 3.19.4. Importaciones y Exportaciones por Sector Productivo



Las graficas que se muestran anteriormente nos dan una información clara de las importaciones y exportaciones que realizo México de acuerdo al sector productivo en el año 2005, notándose importantes exportaciones de la industria manufacturera principalmente seguidas por industrias petroleras y como tercer lugar agropecuarias; en tanto que las importaciones realizadas durante este año fueron es su mayoría de bienes intermedios para fabricación o ensamblado de artículos en el país seguido por bienes de consumo y bienes de capital.

### 3.19.5. Principales socios de Exportación

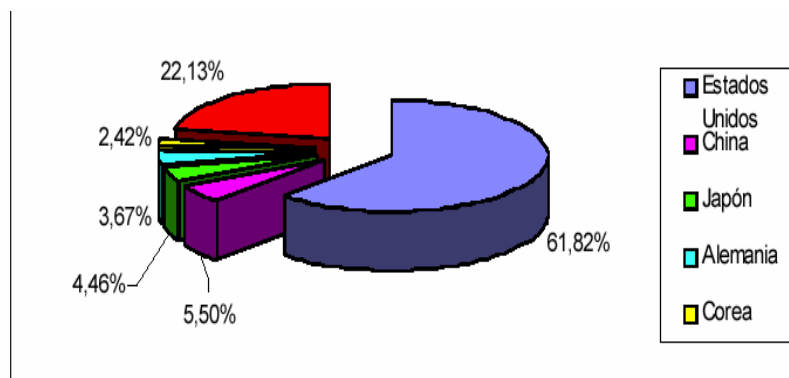
Los principales destinos de las exportaciones mexicanas en 2006 fueron: Estados Unidos con el 88,8% del total de las exportaciones, presentando una significativa concentración de sus ventas hacia ese mercado; seguido por Canadá con 1,2%; Alemania con 1%; España con 0,9% y Suiza con 0,4% y Colombia con 0,3%.



Fuente: Secretaría de Economía de México.

### 3.19.6. Principales socios de Importación

Los principales socios proveedores de importaciones a México en 2006 fueron Estados Unidos con US\$105.685 millones (61,82%); seguido por China con US\$9.401 millones (5,50%); Japón con US\$7.623 millones (4,46%); Alemania con US\$6.275 millones (3,67%) y Canadá con US \$4.212 millones (2,41%). De Colombia, México importó US\$406 millones representando el 0,24% del total.



Fuente: Secretaría de Economía de México.

### 3.20. Análisis del Mercado del Amaranto

En las últimas décadas el cultivo de amaranto se ha difundido de manera exponencial en varios países del mundo, particularmente en el Lejano Oriente.

Hace más de cien años que fue introducido en China y años después en la India, pero a partir de la década de 1980, el gobierno impulsó su cultivo en suelos salinos y con problemas de irrigación, transformándolo en una fuente invaluable de alimento. Los chinos utilizan la harina para hacer fideos, panqueques y dulces, utilizan el colorante para la salsa de soja, y alcanzan excelentes resultados empleando la planta como forraje para animales.

En México, su región de origen, el cultivo tomó nuevo impulso en la década de los 80, pero a partir de los 90, se encuentra en retroceso, con superficies inferiores a las 900 hectáreas y producciones inferiores a las mil toneladas.

Los granos se consumen molidos, reventados, tostados, germinados y extrusados. Esta última forma es con la que se logra un mayor valor nutritivo.

En Europa y Estados Unidos se consumen en forma de granos integrales, harina, copos, harina integral de amaranto tostado, amaranto reventado al estilo rosetas, polvo pregel de amaranto, aceite de amaranto, barras de cereal, pan de amaranto, tortillas de amaranto y maíz.

La harina generalmente se utiliza para enriquecer pastas, panes, galletas y alimentos para bebés.

En mezclas con harina de trigo al 25-30% se obtiene pan francés de alto valor nutritivo.

En Estados Unidos, el amaranto en grano se vende al consumidor a U\$S 3/Kg., el producto orgánico a U\$S 4,5/Kg. y la harina de amaranto orgánico a U\$S 5,5/Kg.<sup>25</sup>

Respecto al comercio mundial, no existen datos oficiales de exportaciones, de derechos de importación ni de preferencias arancelarias, debido a que este grano carece de posición arancelaria propia.<sup>26</sup>

### 3.20.1. Fracciones Arancelaria del Amaranto (Barra, Harina y Reventado)

Dentro de la investigación realizada sobre amaranto, se encuentra una parte fundamental para poder llevar a cabo el objetivo el cual es exportar a Estados Unidos

Este punto fundamental del cual se habla es la “fracción arancelaria”; esta indica la denominación y clasificación del producto a través de capítulos y subpartidas los cuales fueron proporcionados por la Secretaría de Economía y con ayuda de Bancomext.

Para este proyecto se clasifico el amaranto en tres fracciones arancelarias diferentes: amaranto reventado, amaranto en harina y barras de amaranto; los cuales representan sus tres presentaciones básicas para ser exportado.

Las fracciones arancelarias que le corresponde al amaranto reventado son dos de acuerdo a su clasificación es: **10.08.90.99 y 19.04.90.99.**

### 3.20.2. Fracción del Amaranto reventado (10.08.90.99)

CAPITULO	PARTIDA	SUB PARTIDA	FRACCIÓN
10	1008	100890	10089099

10	Cereales		
	1008	Alforfón, mijo y alpiste; los demás cereales.	
		100890	Los demás cereales
			10089099 Los demás cereales

Relación de Empresas que Exportan o Importan a través de la subpartida: 100890

Estas empresas son las principales exportadoras e importadoras de amaranto que hacen sus movimientos a través de la subpartida: 100890 las cuales se encuentran registradas en la Secretaría de Economía.

<sup>25</sup> <http://www.amaranto.org.mx/article/view/79/1/10>

<sup>26</sup> Plan de comercio de amaranto, Del. Xochimilco, año 2006

## Empresas exportadoras 7, importadoras 5

### Exportaciones

ARGO VEGETALES SA DE CV  
 COMERCIALIZADORA DAPLACER, S. A DE C.V.  
 CORPORACION PROTEINA AMERICANA, S. C. DE R. L.  
 KELLOGG COMPANY MEXICO, S. DE R. L. DE C.V.  
 OSVELIA TORRES CHAVEZ  
 PHI MEXICO S.A. DE C.V.  
 PHI MEXICO, S.A. DE C.V.

### Importaciones

CENTRO INTERNACIONAL DE MEJORAMIENTO DE MAIZ Y TRIGO INT.  
 CIA ARROCERA COVADONGA SA DE CV  
 CUN INC IMPORT/ EXPORT, S.A. DE C.V.  
 MERCOVA S.A. DE C. V.  
 PROVEEDORES DE ALIMENTOS DE CANCUN S. A DE C.V.

## Exportaciones Anuales con la Fracción 10089099

En las siguientes tablas se muestran las exportaciones e importaciones de amaranto que han hecho algunos países en los últimos cuatro años en donde se ve a EUA como uno de los países exportadores de este producto, pero también se aprecia claramente que sus importaciones son de manera sustancial más relevantes que sus capacidad exportadora.

Valor en dólares y Volumen en: Kg.

País	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic	Valor 2002 abr-dic	Volumen 2002 abr-dic
Total	27	14	2,036	2,292	1,458	2,196	20,992	34,346	103,650	99,180
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	25	12	1,392	1,872	1,422	2,155	18,036	31,860	103,650	99,180
GUATEMALA (REPUBLICA DE)	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
CANADA	0	0	0	3	0	0	396	486	0	0
ITALIA (REPUBLICA ITALIANA)	0	0	626	400	31	15	0	0	0	0
JAPON	0	0	8	15	5	26	0	0	0	0
PERU (REPUBLICA DEL)	0	0	0	0	0	0	2,560	2,000	0	0
PUERTO RICO (ESTADO LIBRE ASOCIADO DE LA COMUNIDAD DE)	0	0	10	2	0	0	0	0	0	0

## Importaciones Anuales con la Fracción 10089099

País	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic	Valor 2002 abr-dic	Volumen 2002 abr-dic
Total	288,270	35,107	167,980	27,537	22,560	2,345	13,853	1,362	20,449	2,783
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	288,251	35,107	167,964	27,536	22,457	2,341	13,853	1,362	15,533	1,638
CANADA	19	0	16	1	38	3	0	0	0	0
AUSTRALIA (COMUNIDAD DE)	0	0	0	0	48	1	0	0	0	0
FRANCIA (REPUBLICA FRANCESA)	0	0	0	0	17	0	0	0	4	0
ITALIA (REPUBLICA ITALIANA)	0	0	0	0	0	0	0	0	1,584	245
PERU (REPUBLICA DEL)										

20.3. Fracción del Amaranto reventado (19.04.10.01)

CAPITULO      PARTIDA      SUB PARTIDA      FRACCIÓN  
 19              1901              190490              19041001

19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.		
	1904	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina, grañones y sémola), precocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte.	
		190410	Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.
			19041001      Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.

Relación de Empresas que Exportan o Importan a través de la subpartida: 19041001

Estas empresas son las principales exportadoras e importadoras de amaranto reventado que hacen sus movimientos a través de la subpartida: 19041001 las cuales se encuentran registradas en la Secretaria de Economía.

Empresas exportadoras **6**, importadoras **11**

**Exportaciones**

CPW MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
 FERNANDO IGNACIO MICHEL VELASCO  
 KELLOGG DE MEXICO,S DE R.L.DE C.V.  
 MAIZORO S.A. DE C.V.  
 PRODUCTOS Y DISTRIBUIDORA AZTECA, S.A. DE C.V.  
 TOSTIRICAS NIETO, S.A. DE C.V.

**Importaciones**

BIMBO SA DE CV  
 COMEIMEX S.A DE C.V  
 COMERCIALIZADORA MEXICO-AMERICANA, S.DE R.L.DE CV  
 CPW MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
 GOLLEK INTERAMERICAS,S.DE R.L. DE C.V.  
 GRUPO GAMESA, S. DE R.L. CV  
 KELLOGG COMPANY MEXICO,S.DE R.L.DE C.V.  
 KRAFT FOODS DE MEXICO S. DE R.L. DE C.V.  
 OPERADORA DE CIUDAD JUAREZ, S.A. DE C.V.  
 SUPERMERCADOS INTNL. H.E.B. S.A. DE C.V.  
 WALDOS DOLAR MART DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.

Exportaciones Anuales con la Fracción 19.04.10.01

En las siguientes tablas se muestran las exportaciones e importaciones de amaranto que han hecho algunos países en los últimos cuatro años en donde se ve a EUA como el 1er país que recibe nuestro producto bajo la fracción 19041001, pero también se aprecia claramente que sus importaciones son de manera sustancial mas relevantes que sus capacidad exportadora.

País	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic	Valor 2002 abr-dic	Volumen 2002 abr-dic
Total	80,307,092	32,615,115	38,910,632	20,316,770	33,294,121	18,889,207	28,626,572	17,872,653	16,139,087	9,356,431
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	59,739,215	22,125,605	21,237,676	10,760,783	18,013,835	10,229,602	12,833,954	8,967,028	4,007,047	3,324,662
GUATEMALA (REPUBLICA DE)	4,394,313	2,171,646	2,734,980	1,560,113	2,765,123	1,472,761	2,087,007	1,087,254	1,186,456	610,453
PUERTO RICO (ESTADO LIBRE ASOCIADO DE LA COMUNIDAD DE)	4,340,029	2,480,962	4,532,265	2,379,422	3,473,425	2,520,760	3,248,869	2,203,747	2,220,169	1,356,305
REPUBLICA DOMINICANA	2,115,687	1,093,456	2,304,365	1,445,315	1,630,108	880,736	1,370,131	739,401	838,266	383,981
COSTA RICA (REPUBLICA DE)	2,031,935	1,061,152	1,532,644	885,481	588,367	318,948	601,414	343,529	365,410	208,819
COLOMBIA (REPUBLICA DE)	1,187,060	711,769	1,002,841	582,919	1,476,936	813,875	1,718,955	875,977	1,484,785	620,063
HONDURAS (REPUBLICA DE)	1,026,065	494,952	883,983	375,238	583,128	295,936	416,693	184,104	239,328	97,477
PANAMA (REPUBLICA DE)	1,003,866	454,437	633,456	342,641	422,888	202,094	323,258	156,982	242,888	108,392
EL SALVADOR (REPUBLICA DE)	916,880	483,988	492,871	295,946	400,646	215,149	423,101	217,089	257,546	113,896
TRINIDAD Y TOBAGO (REPUBLICA DE)	821,300	376,760	499,374	268,925	432,164	223,283	431,266	193,698	269,708	115,559
VENEZUELA (REPUBLICA DE)	821,077	378,073	1,423,159	599,181	890,379	461,892	1,422,001	1,036,820	2,528,137	1,394,394
JAMAICA	462,562	222,845	404,861	220,007	369,530	180,009	194,786	92,125	133,493	61,206
BELICE	430,648	80,394	111,341	48,331	333,111	83,452	63,001	30,247	166,556	31,883
CHILE (REPUBLICA DE)	322,976	156,677	256,165	107,988	793,216	375,126	1,999,977	995,419	925,620	406,884
NICARAGUA (REPUBLICA DE)	299,153	169,824	316,262	179,975	55,027	35,501	148,776	79,635	11,460	5,126
CANADA	123,745	39,194	22,485	10,848	295,740	160,068	51,328	25,259	139,123	42,223
CUBA (REPUBLICA DE)	106,704	22,253	145,422	31,597	2,917	1,492	0	0	1,372	1,568
ECUADOR (REPUBLICA DEL)	73,425	38,097	120,752	65,999	428,962	213,633	387,089	181,983	410,132	164,288
PERU (REPUBLICA DEL)	42,659	20,471	60,723	35,023	83,939	49,815	131,768	65,765	119,295	63,468
BOLIVIA (REPUBLICA DE)	24,863	17,784	22,867	17,430	57,369	40,870	130,270	83,249	89,888	44,774
RUSIA (FEDERACION RUSA)	19,237	11,870	0	0	0	0	0	0	0	0
ISRAEL (ESTADO DE)	2,439	1,516	157,126	97,473	168,652	102,731	271,633	130,060	297,805	123,765
HAITI (REPUBLICA DE)	670	1,000	0	0	0	0	3,133	2,597	0	0
BRASIL (REPUBLICA FEDERATIVA DE)	498	340	0	0	0	0	4,861	2,501	0	0
ITALIA (REPUBLICA ITALIANA)	78	20	0	0	36	8	0	0	0	0

### Importaciones Anuales con la Fracción 19.04.10.01

Se nota claramente que en este producto las importaciones que realiza EUA son tanto en valor como en volumen más importantes que su capacidad exportadora.

País	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic	Valor 2002 abr-dic	Volumen 2002 abr-dic
Total	29,784,216	12,071,571	29,006,656	12,084,679	34,316,505	15,829,758	30,728,249	15,225,097	24,290,589	10,947,033
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	26,542,207	10,514,694	23,481,636	9,876,232	30,218,776	13,405,530	28,686,630	13,899,273	23,267,253	10,485,608
CANADA	707,436	272,334	3,200,412	1,239,375	1,450,031	706,435	963,652	713,079	225,429	135,229
ARGENTINA (REPUBLICA)	657,785	352,779	635,810	280,794	87,548	35,338	28,703	13,051	10,071	3,266
GUATEMALA (REPUBLICA DE)	480,482	332,222	12,765	5,304	352,700	310,225	0	0	0	0
FRANCIA (REPUBLICA FRANCESA)	450,904	140,016	659,074	230,712	121,031	40,952	188,278	67,422	567,555	226,902
BRASIL (REPUBLICA FEDERATIVA DE)	447,016	328,889	220,419	159,918	981,655	844,759	299,805	164,650	0	0
PAISES BAJOS (REINO DE LOS) (HOLANDA)	355,081	95,850	327,804	84,129	427,980	125,500	136,910	45,600	0	0
ESPAÑA (REINO DE)	100,560	24,239	28,905	8,151	80,835	23,073	47,216	11,814	14,609	5,260
EGIPTO (REPUBLICA ARABE DE)	10,346	3,326	108,228	33,782	57,197	20,784	126,673	60,093	129,411	59,870
ISRAEL (ESTADO DE)	7,650	1,871	6,196	1,556	3,478	236	0	0	1,940	615
CHILE (REPUBLICA DE)	5,646	1,246	211,082	130,991	399,653	263,780	0	0	680	180
ALEMANIA (REPUBLICA FEDERAL DE)	4,198	380	2,782	410	0	0	130	47	1,644	240
EL SALVADOR (REPUBLICA DE)	3,584	1,281	15,113	5,733	56,092	26,732	170,202	87,691	0	0
TAIWAN (REPUBLICA DE CHINA)	2,208	345	0	0	0	0	607	405	347	200
PERU (REPUBLICA DEL)	2,146	516	1,269	332	1,570	310	0	0	0	0
URUGUAY (REPUBLICA ORIENTAL DEL)	2,011	455	0	0	0	0	0	0	0	0
SUIZA (CONFEDERACION)	1,692	149	538	64	781	86	0	0	0	0
BELGICA (REINO DE)	906	274	4,630	735	0	0	0	0	0	0
ECUADOR (REPUBLICA DEL)	776	170	383	56	188	45	0	0	0	0
COREA (REPUBLICA DE) (COREA DEL SUR)	711	225	1,204	468	1,851	402	2,219	1,347	2,318	554
CHINA (REPUBLICA POPULAR)	450	227	4,863	3,576	26,260	10,807	33,235	13,374	36,389	13,396
REPUBLICA CHECA	168	33	926	384	0	0	0	0	0	0
POLONIA (REPUBLICA DE)	150	28	0	0	14	4	0	0	0	0
ITALIA (REPUBLICA ITALIANA)	103	14	0	0	14,934	1,197	492	36	10	24

### 3.20.4. Fracción de Harina de Amaranto

La fracción arancelaria que le corresponde a la harina de amaranto de acuerdo a su clasificación es: **19.01.10.01**

CAPITULO	PARTIDA	SUB PARTIDA	FRACCIÓN
19	1901	190110	19011001

19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.		
	1901	Extracto de malta; preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, que no contengan cacao o con un contenido de cacao inferior al 40% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, no expresadas ni comprendidas en otra parte; preparaciones alimenticias de productos de las partidas 04.01 a 04.04 que no contengan cacao o con un contenido de cacao inferior al 5% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, no expresadas ni comprendidas en otra parte.	
		190110	Preparaciones para la alimentación infantil acondicionadas para la venta al por menor.
		19011001	Con un contenido de sólidos lácteos superior al 10%, en peso.

Relación de Empresas que Exportan o Importan a través de la subpartida: 190110

Estas empresas son las principales exportadoras e importadoras de amaranto que hacen sus movimientos a través de la subpartida: 19011001 las cuales se encuentran registradas en la Secretaría de Economía.

Empresas exportadoras **7**, importadoras **16**

#### Exportaciones

BRISTOL MYERS SQUIBB DE MEXICO S. DE R.L. DE C.V.  
 IMPEX DE YUCATAN, S.A. DE C.V.  
 NESTLE MEXICO, S.A. DE C.V.  
 ORGANIZACION SAHUAYO, S.A. DE C.V.  
 PRODUCTOS GERBER, S.A. DE C.V.  
 TOSTIRICAS NIETO, S.A. DE C.V.  
 WYETH, S.A. DE C.V.

#### Importaciones

ABARROTOS Y LICORES DEL ARCO, S.A. DE C.V.,  
 ABBOTT LABORATORIES DE MEXICO SA DE CV  
 BAYER DE MEXICO, S.A. DE C.V.  
 BRISTOL MYERS SQUIBB DE MEXICO S. DE R.L. DE C.V.  
 COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL GMG S.A. DE C.V.  
 CONFITERIA ALADINOS S.A. DE C.V.  
 DISTRICOMEX, S.A. DE C.V.  
 GRUPO COMERCIAL, NES S.A DE C.V.  
 LABORATORIOS PISA, S.A. DE C.V.  
 MARCAS NESTLE S.A. DE C.V.  
 NASHKA PRODUCTOS S.A. DE C.V.  
 NESTLE MEXICO, S.A. DE C.V.  
 NEW BEGINNINGS NUTRITIONAL MEXICO, S DE RL DE CV  
 NOVAG INFANCIA, S.A. DE C.V.  
 NUTRICIONALES AMERICAS, S.A. DE C.V.  
 WYETH, S.A. DE C.V.

#### Exportaciones Anuales con la Fracción 19011001

La siguiente tabla muestra las exportaciones realizadas por varios países de barras de amaranto las cuales de acuerdo a su clasificación arancelaria manejan la fracción 19011001, en esta tabla se muestra a EUA como uno de los principales exportadores en comparación con los demás países, pero también es muy notable su inestabilidad exportadora.

## Exportaciones

País	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic
Total	102,198,495	31,150,838	88,151,757	27,831,492	69,471,682	23,972,455	40,767,900	14,693,630
VENEZUELA (REPUBLICA DE)	20,226,883	4,648,222	13,948,318	3,473,639	9,589,578	3,177,160	4,694,240	1,811,440
GUATEMALA (REPUBLICA DE)	14,101,148	4,649,255	13,848,029	5,022,406	8,433,313	3,387,687	8,019,031	3,202,660
PANAMA (REPUBLICA DE)	13,241,859	5,486,722	12,473,416	3,592,767	9,798,625	2,960,377	2,024,185	643,250
EL SALVADOR (REPUBLICA DE)	8,985,020	2,981,907	8,368,753	3,085,538	5,890,266	2,369,883	5,327,313	2,153,450
HONDURAS (REPUBLICA DE)	8,614,824	2,996,886	9,073,142	3,339,458	7,049,529	2,855,328	6,008,012	2,435,460
PERU (REPUBLICA DEL)	7,188,822	1,624,482	3,678,835	948,971	3,547,595	997,340	1,148,560	249,810
NICARAGUA (REPUBLICA DE)	6,012,258	2,188,356	5,893,150	2,214,274	5,334,964	2,134,893	5,000,029	1,975,470
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	4,548,441	959,974	1,612,058	257,445	2,664,800	351,018	1,801,366	254,190
COLOMBIA (REPUBLICA DE)	4,416,234	1,192,101	4,611,033	1,285,547	3,508,553	1,135,108	643,846	130,730
COSTA RICA (REPUBLICA DE)	3,599,959	1,273,221	4,584,899	1,694,910	3,298,030	1,305,322	906,694	360,340
ECUADOR (REPUBLICA DEL)	3,248,191	875,200	3,830,230	1,078,037	1,670,660	584,186	1,125,380	325,060
PUERTO RICO (ESTADO LIBRE ASOCIADO DE LA COMUNIDAD DE)	3,093,966	996,663	2,082,506	692,526	3,970,793	1,240,604	1,025,653	265,640
CHILE (REPUBLICA DE)	2,015,471	553,026	2,175,241	634,981	1,627,578	537,741	405,795	82,550
BOLIVIA (REPUBLICA DE)	1,059,004	313,869	763,616	232,806	783,956	297,993	124,169	46,560
ARGENTINA (REPUBLICA)	881,651	132,182	736,175	146,501	1,219,893	330,277	874,621	215,910
REPUBLICA DOMINICANA	865,894	258,157	384,235	112,663	985,866	279,165	1,612,947	522,800
BRASIL (REPUBLICA FEDERATIVA DE)	63,933	13,703	51,349	12,440	33,396	8,169	26,059	18,220
SUIZA (CONFEDERACION)	33,513	6,161	0	0	0	0	0	0
BELICE	824	180	36,669	6,051	558	158	0	0
REINO UNIDO DE LA GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE	500	500	0	0	0	0	0	0
ALEMANIA (REPUBLICA FEDERAL DE)	100	65	0	0	0	0	0	0
CANADA	0	0	0	0	0	0	0	0
CUBA (REPUBLICA DE)	0	0	97	66	63,665	19,700	0	0
JAMAICA	0	0	6	458	0	0	0	0
TRINIDAD Y TOBAGO (REPUBLICA DE)	0	0	0	0	64	346	0	0

## Importaciones Anuales con la Fracción 19011001

En esta tabla se muestra a EUA como un importante país importador y aunque sus importaciones son en gran medida mucho mayores que sus exportaciones se muestran mas estables. Cabe mencionar que de acuerdo a lo que la tabla muestra EUA junto con Irlanda son los países con mayor volumen de importación de este producto con dicha fracción.

País	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic
Total	76,951,151	9,549,952	46,309,743	5,751,854	28,574,041	3,649,534	39,211,161	4,851,161
IRLANDA (REPUBLICA DE)	57,736,653	5,690,620	33,172,781	3,461,375	16,152,053	1,590,522	24,286,339	2,467,339
PAISES BAJOS (REINO DE LOS) (HOLANDA)	5,679,536	1,052,092	2,110,611	349,264	1,580,609	194,387	2,765,245	349,264
FRANCIA (REPUBLICA FRANCESA)	5,303,617	1,103,666	1,111,725	292,243	427,148	110,784	0	0
ALEMANIA (REPUBLICA FEDERAL DE)	3,670,273	651,652	2,797,134	479,953	1,856,272	327,558	1,671,446	279,953
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	2,546,774	602,676	1,208,726	273,670	1,390,719	266,845	6,351,691	602,676
ESPAÑA (REINO DE)	551,988	44,370	305,220	32,643	397,054	39,580	274,012	44,370
SUIZA (CONFEDERACION)	544,263	112,550	478,807	103,666	530,030	113,949	281,673	112,550
CHILE (REPUBLICA DE)	398,337	179,373	0	0	0	0	48,511	179,373
DINAMARCA (REINO DE)	340,192	46,058	5,048,195	738,977	5,472,720	764,315	2,467,784	46,058
CANADA	126,038	60,058	0	0	229,303	110,982	100,573	60,058
NUEVA ZELANDIA	53,419	5,934	659	1,097	44,655	4,955	4,032	5,934
AUSTRALIA (COMUNIDAD DE)	61	900	0	0	0	0	0	900
ANTILLAS NEERLANDESAS (TERRITORIO HOLANDES DE ULTRAMAR)	0	0	0	0	74,420	7,512	0	0
ARGENTINA (REPUBLICA)	0	0	75,880	18,962	107,864	28,708	69,337	0
COLOMBIA (REPUBLICA DE)	0	0	0	0	310,077	89,146	885,363	0
REPUBLICA DOMINICANA	0	0	0	0	1,040	290	0	0
REINO UNIDO DE LA GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE	0	0	0	0	0	0	5,155	0
PANAMA (REPUBLICA DE)	0	0	0	0	0	0	0	0
PERU (REPUBLICA DEL)	0	0	5	0	0	0	0	0

### 3.20.5. Fracción de la Barra de Amaranto

Para las barras de amaranto por su clasificación se utilizara la siguiente fracción **17.04.90.99**

17	Azucares y artículos de confitería		
	1704	Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco).	
		170490	Los demás
			17049099 Los demás

Relación de empresa que exportan o importan a través de la subpartida: 170490

Estas empresas son las principales exportadoras e importadoras de amaranto que hacen sus movimientos a través de la subpartida: 17049099 las cuales se encuentran registradas en la Secretaria de Economía.

#### **Exportaciones**

BARCEL, S.A. DE C.V.  
CADBURY ADAMS MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
CANEL'S, S.A. DE C.V.  
CONFECIONES DE JUAREZ S.A DE C.V.  
DULCES BLUEBERRY, S.A. DE C.V.  
DULCES DE CALIDAD DE MEXICO S.A. DE C.V.  
DULCES FAMOSOS DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
EFFEM MEXICO INC Y COMPA&IA S EN N.C. DE C.V.  
GOLLEK INTERAMERICAS,S.DE R.L. DE C.V.  
HERSHEY MEXICO S.A DE C.V.  
MAZAPAN DE LA ROSA, S.A. DE C.V.  
PROCESADORA DE ALIMENTOS CALE,S.A. DE C.V.  
VERNELL INDUSTRIES S.A. DE C.V.

#### **Importaciones**

CADBURY ADAMS MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
CANEL'S, S.A. DE C.V.  
COMEIMEX S.A DE C.V  
COMERCIALIZADORA BONDOJITO, S.A. DE C.V.  
COMERCIALIZADORA KRAM,S.A. DE C.V.  
COMERCIALIZADORA MEXICO-AMERICANA, S.DE R.L.DE CV  
CONFECIONES DE JUAREZ S.A DE C.V.  
CONFECTIONERY GROUP INTERNATIONAL, SA DE CV  
CHUPA CHUPS INDUSTRIAL MEXICANA S.A DE C.V.  
DISTRIBUIDORA DE DULCES DEL NORTE S.A. DE C.V.  
DISTRICOMEX,S.A. DE C.V.  
DORIAN'S TIJUANA, S.A. DE C.V.  
DULCES ANAHUAC S.A. DE C.V.  
DULCES BLUEBERRY, S.A. DE C.V.  
DULCES LAS DELICIAS, S. A. DE C. V.  
DULIM S.A. DE C.V.  
EFFEM MEXICO INC Y COMPA&IA S EN N.C. DE C.V.  
EL MOLINO DE BAJA CALIFORNIA S.A DE C.V.  
F.X.MORALES & ASOCIADOS, S.A. DE C.V.  
FERRERO DE MEXICO, S.A. DE C.V.  
GALERIA DEL CHOCOLATE S DE RL DE CV  
GALLETAS DE CALIDAD S.A. DE C.V.  
GENERAL MILLS DE MEXICO,S. DE R.L. DE C.V.

GIGANTE, S.A. DE C.V.  
GOLLEK INTERAMERICAS,S.DE R.L. DE C.V.  
GRUPO 18 & 11,S.A DE C.V.  
GRUPO COMERCIAL LA JAPONESITA SA DE CV  
GRUPO GAMESA, S. DE R.L. CV  
HERSHEY MEXICO S.A DE C.V.  
IMPORTADORA DE BASICOS S.A. DE C.V.  
IMPORTADORA PRIMEX S.A. DE C.V.  
IMPORTADORA Y EXPORTADORA MICHOACANA S.A. DE C.V.  
INDUSTRIAS CORAZA, S.A. DE C.V.  
KELLOGG DE MEXICO,S DE R.L.DE C.V.  
KRAFT FOODS DE MEXICO S. DE R.L. DE C.V.  
MARCAS NESTLE S.A. DE C.V.  
POLANCO REPRESENTACIONES, S.A DE C.V  
PRODUCTOS ALTA REPOSTERIA DEL CARIBE S.A DE C.V  
PRODUCTOS ALTA REPOSTERIA, S.A. DE C.V.  
PRODUCTOS MARCOPOLO, S.A. DE C.V.  
SABRITAS,S.DE R.L.DE C.V.  
SEÑOR PISTACHO S.A. DE C.V.  
SUPERMERCADOS INTNL. H.E.B. S.A. DE C.V.  
TAOMEX S.A. DE C.V.  
TUTTIBON, S.A. DE C.V.  
UNIDAL MEXICO, S.A. DE C.V.  
UNILEVER DE MEXICO, S. DE R.L DE C.V.  
VERO DISTRIBUCIONES, S.A. DE C.V.  
WALDOS DOLAR MART DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
ZETA ESPACIAL INDUSTRIAL, S.A. DE C.V.

### Exportaciones Anuales con la Fracción

Respecto a las exportaciones realizan algunos países con la fracción arancelaria 17049099 se encuentra EUA como el primer y mas importante país exportador en valor y volumen de todo el listado de países que hacen sus movimientos a través de esta fracción; seguido por Guatemala, Costa Rica y Republica Dominicana

País	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
	2006 ene-dic	2006 ene-dic	2005 ene-dic	2005 ene-dic	2004 ene-dic	2004 ene-dic	2003 ene-dic	2003 ene-dic	2002 abr-dic	2002 abr-dic
Total	376,933,509	237,422,129	341,261,682	227,464,411	288,057,033	206,363,045	219,504,809	165,160,381	112,135,861	87,828,568
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	349,997,966	224,878,099	317,719,383	217,426,859	267,306,207	192,741,184	200,941,940	156,126,296	100,060,779	82,198,663
GUATEMALA (REPUBLICA DE)	3,422,040	1,709,523	2,276,994	1,052,504	2,055,910	1,092,064	2,302,156	1,148,809	1,611,367	857,251
COSTA RICA (REPUBLICA DE)	2,499,034	1,414,132	2,596,122	1,224,600	2,160,254	1,123,494	2,357,216	1,237,269	1,374,473	799,835
REPUBLICA DOMINICANA	2,176,829	1,546,711	895,920	716,872	122,631	138,945	295,123	296,588	236,429	202,226
EL SALVADOR (REPUBLICA DE)	1,787,063	892,668	1,494,685	685,689	1,418,373	706,849	1,117,617	515,233	454,413	220,047
COLOMBIA (REPUBLICA DE)	1,489,559	294,609	1,097,864	189,341	696,374	159,785	841,526	288,495	704,233	101,185
PUERTO RICO (ESTADO LIBRE ASOCIADO DE LA COMUNIDAD DE)	1,451,689	724,215	1,082,066	566,742	880,528	418,166	782,231	334,143	691,527	281,077
HONDURAS (REPUBLICA DE)	1,276,251	897,749	1,279,397	907,528	1,307,173	1,223,659	1,744,974	917,830	1,398,303	740,602
CANADA	1,272,820	386,010	964,205	356,258	1,692,443	4,699,214	1,471,059	703,160	603,373	269,617
VENEZUELA (REPUBLICA DE)	1,118,521	224,035	1,133,639	175,248	943,229	226,942	216,679	94,974	307,282	118,299

### Importaciones Anuales con la Fracción

Es increíble pero no imposible que a pesar de que EUA es un gran exportador de estos productos sus importaciones son considerables claro que en menor cantidad que sus exportaciones siendo que la mayor parte de su materia prima en este caso el amaranto tiene que importarlo para poder exportar su producto final. En la siguiente tabla se muestran las cantidades en volumen y valor que a hecho EUA en los últimos 4 años a través de esta fracción.

País	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
	2006 ene-dic	2006 ene-dic	2005 ene-dic	2005 ene-dic	2004 ene-dic	2004 ene-dic	2003 ene-dic	2003 ene-dic	2002 abr-dic	2002 abr-dic
Total	68,994,259	32,637,641	55,092,308	26,006,021	51,151,474	23,643,548	57,426,188	25,552,169	39,614,379	15,622,862
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	31,415,901	15,029,065	24,204,666	10,671,573	23,367,983	9,998,494	31,021,430	14,588,185	21,779,290	9,115,482
CHINA (REPUBLICA POPULAR)	11,784,741	6,015,578	6,550,717	3,579,045	3,837,039	1,651,638	2,958,774	886,814	860,671	271,182
ESPAÑA (REINO DE)	4,089,901	744,115	3,449,613	619,081	2,568,304	502,205	4,561,415	1,135,158	3,567,122	665,571
CANADA	3,647,122	1,330,767	4,759,073	1,532,446	2,353,650	717,326	1,496,345	764,105	916,758	405,555
GUATEMALA (REPUBLICA DE)	3,210,031	3,030,971	2,031,770	2,652,880	1,245,641	1,352,775	482,261	361,513	136,366	62,458
ARGENTINA (REPUBLICA)	2,094,056	1,111,053	1,612,712	945,021	1,082,301	636,524	1,358,372	805,951	485,548	233,152
ECUADOR (REPUBLICA DEL)	2,042,280	558,905	1,835,029	549,855	2,347,443	663,917	2,030,411	547,656	2,618,658	794,637
BRASIL (REPUBLICA FEDERATIVA DE)	1,946,509	1,091,280	1,836,004	985,357	1,418,468	821,059	934,204	528,805	480,237	313,337
COLOMBIA (REPUBLICA DE)	1,833,669	968,248	2,009,543	1,196,835	3,424,099	2,166,410	3,242,877	2,199,596	1,600,600	1,035,433
CHILE (REPUBLICA DE)	1,339,109	761,268	1,542,217	1,117,742	1,789,462	1,590,953	1,360,453	1,128,116	640,601	472,674
TAIWAN (REPUBLICA DE CHINA)	1,299,330	888,623	1,545,657	1,201,810	3,003,739	2,357,651	1,438,054	986,791	1,859,118	1,273,057
ALEMANIA (REPUBLICA FEDERAL DE)	779,921	240,771	578,949	160,982	481,714	123,343	353,441	88,074	281,692	66,685
BELGICA (REINO DE)	607,677	148,493	688,411	175,584	206,412	38,421	169,028	37,872	96,564	25,209
TURQUIA (REPUBLICA DE)	411,939	157,024	67,547	25,919	134,172	31,989	187,411	57,935	46,056	7,122
FRANCIA (REPUBLICA FRANCESA)	342,662	58,107	220,289	54,090	228,565	38,818	374,468	72,882	267,313	52,597

### 3.21. Precios Mundiales del Amaranto

Al igual que otros productos agrícolas, el amaranto también está sujeto a las fluctuaciones de los precios en el mercado. Pero a diferencia de cereales comunes, conserva un valor de mercado superior a los antes mencionados. El secreto es planificar el método y el lugar de la cosecha de amaranto.<sup>27</sup>

Con la globalización, la liberalización e integración de los mercados en cualquier espacio geográfico-social se está librando una batalla comercial: productos de todo el mundo compiten por penetrar en los gustos y preferencias del consumidor.

A continuación se presentan los precios de amaranto reventado al consumidor final

Estados Unidos precios de amaranto reventado al consumidor 2006.<sup>28</sup>

- Amaranto en grano 3 dólares Kg.
- Amaranto Reventado 4,5 dólares Kg.
- Harina de Amaranto Reventado 5,5 dólares Kg.

Argentina precios de amaranto reventado al consumidor 2006.<sup>29</sup>

- Amaranto en Grano \$2.9 usd Kg.
- Amaranto Reventado \$4.5 usd Kg.
- Harina de Amaranto Reventado \$6.00 usd Kg.

Bolivia precios de amaranto reventado al consumidor.

#### Amaranto Reventado

120gr	1.74 dls. En promedio precio unitario
200gr	2.35 dls. En promedio precio unitario
500gr	4.75 dls. En promedio precio unitario
1 Kg.	9.88 dls. En promedio precio unitario

### 3.22. Participación Mundial del Amaranto

La oferta mundial del amaranto se mantiene relativamente constante sin cambios debido a que los países productores están mejorando los procesos de producción, especialmente en Perú y Argentina que son los principales exportadores de amaranto a nivel mundial.

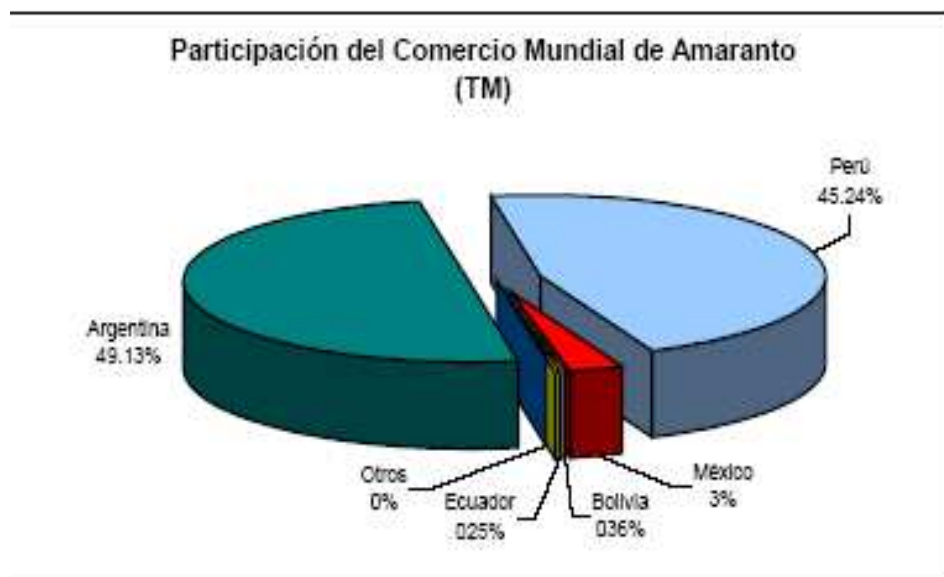
No existen muchos países que participan en el comercio Mundial del amaranto, entre los más importantes se encuentra Argentina que tiene una participación del 49.13% en el mercado mundial, en segundo lugar de importancia está Perú que representa el 45.24%, en

<sup>27</sup> <http://www.amaranto.org.mx/article/view/79/1/10>

<sup>28</sup> <http://www.amaranto.org.mx/article/view/79/1/10>

<sup>29</sup> <http://www.amaranto.org.mx/article/view/79/1/10>

el tercer lugar de importancia se encuentra México con 3.02%, Bolivia 0.36%, Ecuador 0.25% y otros con un 2% de participación y a continuación se presenta la grafica de participación de mercado:



Cabe mencionar que a pesar de México cuenta con tan solo el 3% de la participación en el comercio mundial del amaranto; el amaranto que produce el país es el que cuenta con mayor contenido energético y fibra que el de los demás países.

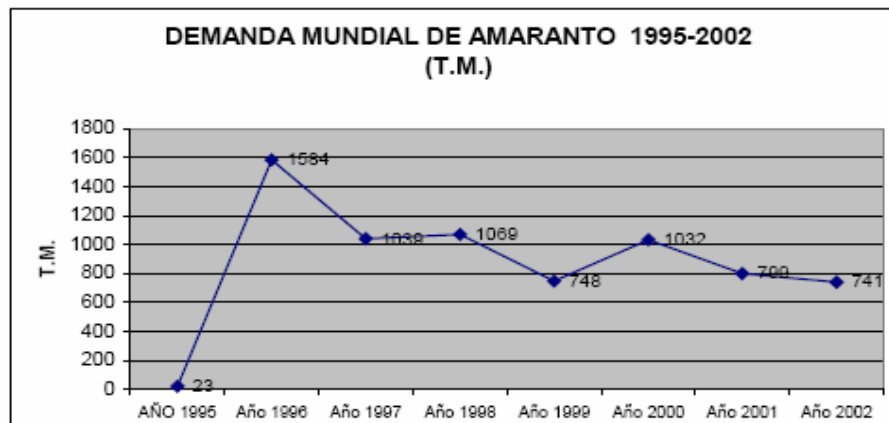
#### Demanda Mundial de Amaranto

#### DEMANDA MUNDIAL DE AMARANTO /ZONAS IMPORTADORAS 1995-2002 (Toneladas métricas)

País/Zona	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Alemania	22.00	142.00	291.00	260.00	156.00	709.00	272.00	270.00
EE.UU.	1.00	164.00	115.00	72.00	107.00	179.00	170.00	268.00
Japón	0.00	38.00	0.00	4.00	7.00	42.00	64.00	45.00
Países Bajos	0.00	1052.00	737.00	967.00	607.00	80.00	493.00	270.00
Otros Países	0.00	85.00	0.00	33.00	96.00	311.00	80.00	185.00
Mundial	23.00	1481.00	1143.00	1336.00	973.00	1321.00	1079.00	1038.00

Fuente: DOC. CCI.

Respecto al amaranto los principales países que demandan este producto son Alemania, EUA y algunos países bajos aunque en menor cantidad. En el cuadro anterior se muestra que a pesar de que Alemania demanda el producto en cantidades grandísimas su demanda es muy inestable como se puede ver en los años de 1997 al 2002; mientras que EUA demanda este producto en menor cantidad pero con una mejor estabilidad e incluso un notable incremento.



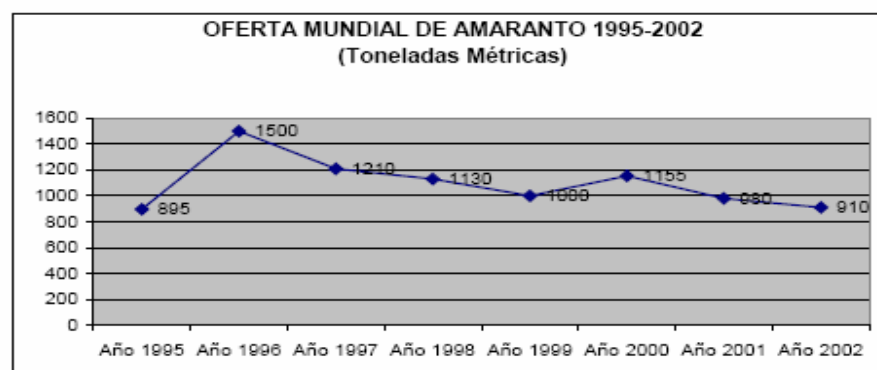
La demanda del amaranto tubo su auge en el año de 1995 a partir de ese año la demanda de este producto ha ido en decadencia y aunque hay años en los que su demanda se mantuvo mas o menos estable tendremos que esperar el transcurso de los años para ver cual es el comportamiento de este producto dentro de su comercialización.

Oferta Mundial de Amaranto

**OFERTA MUNDIAL DE AMARANTO 1995-2002  
(Toneladas Métricas)**

Años	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Cantidad	895	1500	1210	1130	1000	1155	980	910

FUENTE: DOC CCI



La oferta mundial de Amaranto a partir de 1995 no fue significativa debido a que solo se ofertó 895 TM., pero se tubo un crecimiento muy importante en 1996 llegando a ofertarse 1.500 TM., a partir de este año la oferta descendió constantemente en los años 1997, 1998 y 1999, en este año la oferta tubo un descenso significativo en relación a los años anteriores llegando solo a ofertarse 1.000 TM.,

Este descenso pudo haber sido ocasionado por una baja en la producción debido a que los productores tuvieron problemas con plagas y enfermedades en la planta de amaranto, y una

subida en los precios internacionales, en el año 2000 la oferta muestra crecimiento en relación al año anterior, pero en los años 2001 y 2002 la oferta nuevamente desciende llegando solo a 910 TM. en el año 2002.

### 3.23. Importancia de la Certificación del Amaranto

La certificación constituye una herramienta vital de comercialización para los productos de amaranto, ya que genera un valor agregado y es la llave para el comercio exterior.

La certificación permite al productor asegurar su producto y competir en el mercado nacional e internacional y así al obtener el reconocimiento del amaranto en el mercado alimenticio pasa por el cumplimiento de las normas de calidad para lograr óptimos resultados.

Los sistemas de normalización y certificación, desarrollados en estos últimos años por los estados nacionales y organismos internacionales, aparecen para reestablecer la confianza del consumidor, y promueven nuevos parámetros de competitividad en el mercado.

La normalización es el proceso mediante el cual se regulan las actividades desempeñadas por los sectores tanto privado como público, en materia de salud, medio ambiente en general, seguridad al usuario, información comercial, prácticas de comercio, industrial y laboral a través del cual se establecen la terminología, la clasificación, las directrices, las especificaciones, los atributos, las características, los métodos de prueba o las prescripciones aplicables a un producto, proceso o servicio.

La certificación por su parte, es el procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajusta las normas, lineamientos o recomendaciones de organismos dedicados a la normalización nacional e internacional. (El marco conceptual de la certificación 2001).

En los países industrializados de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, la certificación de los productos es el principal requerimiento para el ingreso a sus mercados y su consiguiente comercialización.<sup>30</sup>

Las normas de la Organización Internacional de Estándares, ISO 9000 (calidad en la producción, distribución, mercadeo, inspección, etc.) constituyen las principales garantías de aceptación mundial en el mercado, y comercialmente generan un valor agregado en los productos.

La certificación permite al productor asegurar su producto y competir en el mercado nacional e internacional. De esta forma, el reconocimiento del amaranto en el mercado alimenticio pasa por el cumplimiento de las normas de calidad para lograr óptimos resultados.

---

<sup>30</sup> Jean-Claude Pons, “El marco conceptual de la certificación”, 2001.

### 3.24. Conclusión

La base principal de este capítulo fue la de seleccionar el país hacia donde queríamos exportar y conocer si nuestro producto era demandado, una vez que elegimos el destino de nuestro producto decidimos explorar cuales eran los principales productos que solicitaba Estados Unidos para darnos una idea de cómo se comportaba el comercio en este país.

Lo más importante de este capítulo es que conozcamos como han sido las relaciones entre México y Estados Unidos, como se comporta la balanza comercial, cuales son los principales productos que importamos y exportamos y quienes son los principales socios de importación y exportación.

No debemos olvidar que la fracción arancelaria es parte importante para toda exportación ya que a través de ella se conoce si el producto va a tener preferencia arancelaria o si va a tener alguna restricción para acceder a un mercado extranjero.

Hoy en día existen muchos países que producen y comercializan el mismo producto, pero no con las características que nosotros los producimos, por eso nosotros decidimos exportar este producto, por que podemos competir en cuanto a precio y calidad, por somos un país que tiene muchos recursos naturales que otros no tienen.

## **CAPITULO IV**

### **ASPECTOS ADUANEROS, ARANCELARIOS Y NO ARANCELARIOS**

#### 4.1 Procedimientos Aduaneros en México

En México, como en casi todos los países los procedimientos aduaneros y tramites básicos para exportar son similares; en este capitulo se pretende demostrar de un modo practico aquellos tramites y documentos que son necesarios para poder llevar a cabo la exportación de amaranto a EUA.

##### 4.1.1. Tramites Generales y Documentos Básicos

Para el proceso de exportación de alimentos procesados, al igual que el de cualquier otro producto, en México, se inicia con el trámite y recopilación de una serie de documentos, certificados y formatos, expedidos por las autoridades mexicanas, con los cuales el exportador podrá realizar las gestiones correspondientes en la aduana.

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

En seguida se mencionan los documentos que necesarios para poder exportar el amaranto reventado.

##### 4.1.1.1. RFC del Productor

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

- El Pavo Real S. A. de C. V. EPR010216VC9

##### 4.1.2 Documentos necesarios por parte del exportador que requiere el agente aduanal

Hay documentos que son de vital importancia para el exportador, como para el importador; como lo es en este caso:

- Fracción Arancelaria del producto a exportar
- Pedimento de exportación
- Certificado de País de origen

##### 4.1.2.1 Fracción Arancelaria del Producto a Exportar

Como ya se había mencionado en el capitulo 3 la fracción arancelaria que se ocupara el amaranto es 19.01.10.01; esta parte en el proceso de exportación es fundamental ya que de aquí parte en gran medida nuestro proyecto de exportación; esto se debe a que la fracción

arancelaria describe en una forma detallada de acuerdo a capítulo, partida, subpartida y fracción del producto al cual nos referimos.

A continuación se describe de forma detallada la fracción arancelaria del amaranto reventado.

Fracción del Amaranto reventado (19.04.10.01)<sup>31</sup>

CAPITULO	PARTIDA	SUB PARTIDA	FRACCIÓN
19	1901	190490	19041001

19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.		
	1904	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina, grañones y sémola), precocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte.	
		190410	Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.
			19041001 Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.

#### 4.1.2.2. Pedimento de Exportación

El pedimento de exportación es la forma oficial aprobada por la SHCP, preparada por el agente aduanal, que es presentada por el transportista en el módulo aleatorio de la aduana mexicana. Permite a la empresa exportadora comprobar, ante las SHCP, los aspectos fiscales correspondientes a las exportaciones realizadas, para tramitar la devolución o el acreditamiento del IVA.

Para la elaboración del pedimento de exportación el agente aduanal le pedirá al exportador, la factura comercial correspondiente y los documentos que comprueben el cumplimiento de los requisitos de exportación cuando el o los productos están sujetos a restricciones.

<sup>31</sup> <http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/fraccionAction.do?tigie=19041001&paper=ara>

PEDIMENTO DE EXPORTACION

HOJA DE \_\_\_\_\_

FECHA DE PAGO _____ NO. PEDIMENTO _____ TIPO DE OPERACION _____ CLAVE PEDIMENTO _____ T.C. _____ ADUANA/SEC. _____ FACTOR MONEDA EXTRANJERA _____ FECHA PRESENT. _____ TRANSPORTE _____ PESO _____ RFC _____ PAIS COMPRADOR _____ PAIS DESTINO _____ EXPORTADOR _____ DOMICILIO _____ CIUDAD/EDO. _____ CODIGO _____ FACTURAS/FECHAS/FORMA DE FACTURACION/COMPRADOR/DOMICILIO _____  _____ TAX No. _____ MARCAS, NUMERO, TOTAL DE BULTOS _____ CONOCIMIENTOS/GUIA O VEHICULOS NOS. _____  V. ME _____ V.DLS. _____ VALOR COMERCIAL _____					SELLOS			
No. ORDEN	DESCRIPCION DE MERCANCIAS			PRECIO UNITARIO	COMERCIAL	TASA	FP	IMPUESTO
	FRACCION	CANTIDAD	UNIDAD	CANT.TFAU.M.T.				
	PERMISO(S) CLAVES/NUMEROS/FIRMA				DLS			
CODIGO DE BARRAS					CONTRIBUCIONES			
ACUSE DE RECIBO					TOTAL ES EFECTIVO	_____	_____	_____
OBSERVACIONES						_____	_____	_____
PATENTE, NOMBRE, RFC Y FIRMA DEL AGENTE O APODERADO ADUANAL						_____	_____	_____
OTROS TOTAL					_____	_____	_____	

(DISTRIBUCION DE COPIAS Y COLORES SEGUN INSTRUCTIVO)

### INSTRUCTIVO DE LLENADO DEL PEDIMENTO DE EXPORTACION

No. CAMPO	CONTENIDO
1.- FECHA DE PAGO	FECHA EN QUE SE PRETENDE PAGAR CONTRIBUCIONES AL COMERCIO EXTERIOR. ARTICULO 56 Y 83 DE LA LEY ADUANERA.
2.- TIPO DE OPERACION	CLAVE QUE IDENTIFICA LA OPERACION. 2.- EXPORTACION
3.- ADUANA/SECCION	CLAVE DE LA ADUANA Y SECCION ADUANERA ANTE LA QUE SE PROMUEVE EL DESPACHO. APENDICE 1.
4.- FECHA DE PRESENTACION	FECHA DE LA PRESENTACION DE LA MERCANCIA ANTE LA ADUANA, COMO LO MARCA EL ARTICULO 56 FRACCION II DE LA LEY ADUANERA.
5.- R.F.C.	CLAVE DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DEL EXPORTADOR.
6.- EXPORTADOR	NOMBRE O RAZON SOCIAL TAL COMO LO HAYA MANIFESTADO PARA EFECTOS DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.
7.- DOMICILIO/CIUDAD/ESTADO/ CODIGO POSTAL	EL DOMICILIO FISCAL DEL EXPORTADOR TAL COMO LO HAYA MANIFESTADO PARA EFECTOS DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.
8.- NUMERO DE PEDIMENTO	EL NUMERO ASIGNADO POR EL AGENTE O APODERADO ADUANAL, INTEGRADO POR DOS CAMPOS CONSTITUIDOS POR ONCE DIGITOS EN TOTAL; EL PRIMERO DE LOS CAMPOS CORRESPONDERA AL NUMERO DE LA PATENTE DEL AGENTE O LA AUTORIZACION DEL APODERADO ADUANAL; SI ESTE REQUIERE MENOS DE CUATRO DIGITOS SE ANTEPONDRAN CEROS PARA COMPLETAR EL CAMPO. EL SEGUNDO DE LOS CAMPOS CON SIETE DIGITOS, LOS CUALES SERAN NUMERACION PROGRESIVA POR ADUANA, ASIGNADA POR CADA AGENTE O APODERADO ADUANAL, REFERIDO A TODOS LOS TIPOS DE PEDIMENTO, EMPEZANDO CADA AÑO CON EL NUMERO 000001, QUE IRA ANTECEDIDO POR EL ULTIMO DIGITO DEL AÑO EN QUE SE ESTA FORMULANDO EL PEDIMENTO.
9.- CLAVE DE PEDIMENTO	CLAVE CON QUE SE IDENTIFICA EL REGIMEN ADUANERO DE QUE SE TRATE, SEGUN EL LISTADO QUE SE ACOMPAÑA COMO APENDICE 2.
10.- T.C.	TIPO DE CAMBIO DEL PESO MEXICANO CON RESPECTO AL DOLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA PARA EFECTOS FISCALES, VIGENTE EN LA FECHA DE PRESENTACION DE LA MERCANCIA ANTE LA ADUANA, A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 56 FRACCION II DE LA LEY ADUANERA O EN LA FECHA DE PAGO DE LAS CONTRIBUCIONES DE ACUERDO AL ARTICULO 83 SEGUNDO PARRAFO DE LA MISMA LEY, SEGUN SE TRATE.
11.- FACTOR MONEDA EXTRANJERA	FACTOR DE EQUIVALENCIA DE LA MONEDA EXTRANJERA EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA. VIGENTE EN LA FECHA DE ENTRADA DE LA MERCANCIA A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 56 FRACCION II DE LA LEY ADUANERA O EN LA FECHA DE PAGO DE LAS CONTRIBUCIONES DE ACUERDO AL ARTICULO 83 SEGUNDO PARRAFO DE LA MISMA LEY, SEGUN SE TRATE, CONFORME A LA PUBLICACION CORRESPONDIENTE EN EL D.O.F.
12.- TRANSPORTE	CLAVE DEL MEDIO DE TRANSPORTE EN QUE SE CONDUCE LA MERCANCIA, PARA SU SALIDA DEL TERRITORIO NACIONAL, CONFORME AL APENDICE 3.
13.- PESO	CANTIDAD EN KILOGRAMOS, DEL PESO BRUTO TOTAL DE LA MERCANCIA.
14.- PAIS COMPRADOR	CLAVE DEL PAIS DE RESIDENCIA DEL COMPRADOR DE LA MERCANCIA, CONFORME AL APENDICE 4.
15.- PAIS DESTINO	CLAVE DEL PAIS DE ULTIMO DESTINO DE LA MERCANCIA, CONFORME AL APENDICE 4.
16.- FACTURAS/FECHAS/FORMAS DE FACTURACION	EL NUMERO TOTAL DE FACTURAS QUE AMPAREN LAS MERCANCIAS (ENTRE PARENTESIS). EL NUMERO Y LA FECHA DE CADA UNA DE LAS FACTURAS COMERCIALES QUE AMPAREN LAS MERCANCIAS. LA FORMA DE FACTURACION DE ACUERDO A LOS INCOTERMS INTERNACIONALES VIGENTES.
17.- COMPRADOR/DOMICILIO	NOMBRE DEL COMPRADOR DE LAS MERCANCIAS; ADEMÁS EL DOMICILIO COMERCIAL DEL COMPRADOR DE LAS MERCANCIAS, INDICANDO EL ESTADO Y LA CIUDAD QUE CORRESPONDA Y/O EN SU DEFECTO, EL APARTADO POSTAL.
18.- TAX No.	SI EL COMPRADOR SE ENCUENTRA REGISTRADO PARA EFECTOS FISCALES EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, SE ANOTARA EL NUMERO DE REGISTRO DEL COMPRADOR EN EL «INTERNAL REVENUE SERVICE», QUE SE UTILIZA PARA IDENTIFICAR LA EMPRESA EN SU PAGO DE IMPUESTOS.
19.- MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS	LAS MARCAS Y NUMEROS DE LOS BULTOS ASÍ COMO EL NUMERO TOTAL DE BULTOS QUE CONTIENEN LAS MERCANCIAS.
20.- CONOCIMIENTOS/GUIA O VEHICULOS No.	EL O LOS NUMEROS DE CONOCIMIENTO DE EMBARQUE O GUIA AEREA, EMBARQUE O GUIA AEREA; TRATANDOSE DE CONTENEDORES ADICIONALMENTE SE ANOTARAN LAS LETRAS Y NUMEROS DE ESTOS. SI EL MEDIO DE TRANSPORTE ES VEHICULOS SE ANOTARAN LAS PLACAS DE CIRCULACION DEL MISMO, MARCA Y MODELO, O EL NUMERO DE REMOLQUE(S) O SEMIRREMOLQUE(S); O SI ES FERROCARRIL, SE ANOTARA EL NUMERO DE FURGON O PLATAFORMA.
21.- V.M.E. (VALOR FACTURA EN MONEDA EXTRANJERA)	ES EL TOTAL DE LAS MERCANCIAS QUE AMPARAN LAS FACTURAS, EN LA UNIDAD MONETARIA UTILIZADA EN LA FACTURACION.
22.- V. DLS.	EL EQUIVALENTE EN DOLARES DE E.U.A., DEL VALOR TOTAL DE LAS MERCANCIAS QUE AMPARAN LAS FACTURAS EN MONEDA NACIONAL.
23.- VALOR COMERCIAL	VALOR EN MONEDA NACIONAL QUE CORRESPONDA A LA MERCANCIA, SIN INCLUIR FLETES NI SEGUROS.
24.- No. DE ORDEN	EL NUMERO PROGRESIVO ASIGNADO A CADA UNA DE LAS PARTIDAS DE MERCANCIA QUE AMPARE LA FACTURA O LAS FACTURAS. POR CADA NUMERO DE ORDEN SE ASENTARA LA INFORMACION DE LOS SIGUIENTES CAMPOS, PUDIENDO UTILIZAR PARA ELLO DE TRES A CINCO RENGLONES.
EN EL PRIMER RENGLON, EN DOS COLUMNAS SE ASENTARA LA SIGUIENTE INFORMACION.	
25.- DESCRIPCION DE MERCANCIAS	EN LA PRIMERA COLUMNA: LA NATURALEZA Y CARACTERISTICAS TECNICAS Y COMERCIALES NECESARIAS Y SUFICIENTES PARA DETERMINAR SU CLASIFICACION ARANCELARIA.
26.- PRECIO UNITARIO	EN LA SEGUNDA COLUMNA EL RESULTADO DE DIVIDIR EL VALOR FACTURA, ENTRE LA CANTIDAD EN UNIDADES DE COMERCIALIZACION DE CADA UNA DE LAS MERCANCIAS.
EN EL SEGUNDO RENGLON, EN CUATRO COLUMNAS LA SIGUIENTE INFORMACION.	
27.- FRACCION	EN LA PRIMERA COLUMNA LA FRACCION ARANCELARIA APLICABLE A LA MERCANCIA DESCRITA EN EL RENGLON ANTERIOR.
28.- CANTIDAD	EN LA SEGUNDA COLUMNA SE ANOTARA LA CANTIDAD DE MERCANCIAS EN UNIDADES DE COMERCIALIZACION DE ACUERDO A LO SEÑALADO EN LA FACTURA.
29.- UNIDAD	EN LA TERCERA COLUMNA LA CLAVE CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD DE MEDIDA DE COMERCIALIZACION DE LAS MERCANCIAS, CONFORME AL APENDICE 5.
30.- CANT. TFA.	EN LA CUARTA COLUMNA LA CANTIDAD CORRESPONDIENTE CONFORME A LA UNIDAD DE MEDIDA DE LA TARIFA, DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL DE EXPORTACION, ANOTANDO A CONTINUACION, PRECEDIDA DE UN GUIÓN, LA CLAVE CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD DE MEDIDA DE APLICACION DE LA TARIFA, DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL DE EXPORTACION, CONFORME AL APENDICE 5.

EN LOS RENGLONES TERCERO, CUARTO Y QUINTO, EN TRES COLUMNAS SE ANOTARA LA SIGUIENTE INFORMACION.

- 31.- PERMISO(S) CLAVE(S) EN LA PRIMERA COLUMNA LA CLAVE DEL DOCUMENTO QUE COMPRUEBA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EN MATERIA DE RESTRICCIONES Y REGULACIONES NO ARANCELARIAS REQUERIDAS CONFORME A LA LISTA QUE SE ACOMPAÑA COMO APENDICE 6.
- 32.- NUMEROS EN LA SEGUNDA COLUMNA EL NUMERO DEL DOCUMENTO MENCIONADO EN LA PRIMERA COLUMNA.
- 33.- FIRMA EN LA TERCERA COLUMNA, EN OCHO CARACTERES, LA FIRMA ELECTRONICA QUE SE DA DE ACUERDO AL PERMISO O CERTIFICADO PROPORCIONADO.
- OPCIONALMENTE SE PUEDEN OMITIR LOS RENGLONES CUARTO Y QUINTO EN CASO DE NO REQUERIRSE Y TAMBIEN IMPRIMIR LA INFORMACION DE LOS RENGLONES TERCERO Y CUARTO EN UNO SOLO.

POR CADA FRACCION, EN DOS RENGLONES ASENTARA LA SIGUIENTE INFORMACION.

- 34.- COMERCIAL EN EL PRIMER RENGLON EL VALOR COMERCIAL EN MONEDA NACIONAL.
- 35.- DLS. EN IMPORTACION Y EXPORTACION: EN EL TERCER RENGLON EL VALOR FACTURA EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA.

POR CADA FRACCION, EN TRES COLUMNAS, SE ASENTARA LO SIGUIENTE.

- 36.- TASA EN EL PRIMER RENGLON LA TASA QUE CORRESPONDA CONFORME A LA TARIFA DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL DE EXPORTACION.
- 37.- F.P. LA CLAVE O CLAVES CORRESPONDIENTES A LA FORMA DE PAGO DEL IMPUESTO GENERAL DE EXPORTACION, CONFORME AL APENDICE 9.
- 38.- IMPUESTO RESULTADO DE LOS CALCULOS PARA DETERMINAR LOS IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR, PUDIENDO UTILIZAR HASTA DOS RENGLONES, DEPENDIENDO DE LAS FORMAS DE PAGO EMPLEADAS.
- 39.- ACUSE DE RECIBO LA FIRMA ELECTRONICA COMPUESTA DE OCHO CARACTERES CON LA CUAL SE COMPRUEBA QUE EL PEDIMENTO HA SIDO VALIDADO.
- 40.- CODIGO DE BARRAS EL CODIGO DE BARRAS IMPRESO POR EL AGENTE O APODERADO ADUANAL, CONFORME AL FORMATO ESTABLECIDO POR LA ADMINISTRACION GENERAL DE RECAUDACION, EL CUAL SE ANEXA COMO APENDICE 10.

EL CODIGO DE BARRAS DEBERA IMPRIMIRSE EN LA COPIA DESTINADA AL TRANSPORTISTA.

- 41.- CONTRIBUCIONES EN TRES COLUMNAS SE ANOTARAN LAS ABREVIATURAS DE LOS CONCEPTOS DETALLADOS AL TERMINO DE ESTE PARRAFO, SU(S) FORMA(S) DE PAGO Y EL IMPORTE CORRESPONDIENTE. CUANDO EXISTAN MAS DE UNA FORMA DE PAGO PARA UN MISMO CONCEPTO, SE UTILIZARAN LOS RENGLONES NECESARIOS.
- ADV AD-VALOREM DE LA TARIFA DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL DE EXPORTACION.
- DTA DERECHO DE TRAMITE ADUANERO.
- REC RECARGOS.
- TOTALES EL IMPORTE TOTAL DE LOS CONCEPTOS A LIQUIDAR, COMO SIGUE:
- 42.- EFECTIVO EL IMPORTE TOTAL A PAGAR EN EFECTIVO.
- 43.- OTROS EL IMPORTE TOTAL DE TODAS LAS FORMAS DE PAGO DISTINTAS AL EFECTIVO.
- 44.- TOTAL LA SUMA DE LOS CONCEPTOS ANTERIORES.
- 45.- OBSERVACIONES LAS AUTORIZACIONES DISTINTAS A LAS QUE CORRESPONDE MENCIONAR EN EL CAMPO «PERMISOS» QUE EN EL CASO SE REQUIERAN O ALGUN DATO ADICIONAL AL PEDIMENTO, LAS MARCAS, NUMEROS Y SERIES DE LAS MERCANCIAS, ESPECIFICACIONES ADICIONALES QUE COMPLEMENTEN LA DESCRIPCION DE LAS MISMAS, LISTA DE EMPAQUE, ETC. CUANDO SE UTILICE LA CLAVE DE PEDIMENTO A4 SE ANOTARA LA CLAVE DEL ALMACEN GENERAL DE DEPOSITO (PATENTE), EL NOMBRE DEL ALMACEN Y EL NUMERO DE CARTA DE CUPO.
- 46.- PATENTE, NOMBRE Y FIRMA DEL AGENTE O APODERADO ADUANAL EL NUMERO DE LA PATENTE O AUTORIZACION OTORGADA POR LA ADMINISTRACION GENERAL DE ADUANAS AL AGENTE O APODERADO ADUANAL QUE PROMUEVA EL DESPACHO, SU NOMBRE COMPLETO Y FIRMA, ASI COMO SU REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.
- SI EL PEDIMENTO LO SUSCRIBE EL APODERADO DEL AGENTE ADUANAL, SE ASENTARA EL NUMERO DE LA PATENTE DEL AGENTE ADUANAL QUE REPRESENTA, NOMBRE COMPLETO Y FIRMA DEL APODERADO, ASI COMO SU REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.
- 47.- DISTRIBUCION DE COPIAS EL PEDIMENTO SE PRESENTARA EN ORIGINAL Y TRES COPIAS, DEBIENDO LLEVAR PREIMPRESO, EN LA PARTE INFERIOR IZQUIERDA DEL EJEMPLAR QUE CORRESPONDA LO SIGUIENTE:
- ORIGINAL: ADMINISTRACION GENERAL DE ADUANAS PRIMERA
- COPIA: TRANSPORTISTA SEGUNDA COPIA: EXPORTADOR TERCERA COPIA: AGENTE O APODERADO ADUANAL
- EN ESTOS CASOS, LA FORMA EN QUE SE IMPRIMIRA EL PEDIMENTO DEBERA SER BLANCA

#### NOTAS

CUANDO RESULTE INSUFICIENTE EL ESPACIO DEFINIDO DENTRO DEL PEDIMENTO DE EXPORTACION PARA ASENTAR LOS DATOS DE FACTURAS/FECHAS/FORMA DE FACTURACION; MARCAS, NUMEROS, TOTAL DE BULTOS Y CONOCIMIENTOS, GUIA O VEHICULOS NUMEROS, SE PODRA HACER REFERENCIA DENTRO DE ESOS CAMPOS, A UN ANEXO PRESENTADO EN FORMATO LIBRE, CON LOS DATOS CORRESPONDIENTES Y FIRMADO AUTOGRAFAMENTE POR AGENTE ADUANAL, SU REPRESENTANTE AUTORIZADO O EL APODERADO ADUANAL.

CUANDO RESULTE INSUFICIENTE EL ESPACIO DEFINIDO EN LOS PEDIMENTOS DE EXPORTACION BAJO EL RUBRO DE OBSERVACIONES, PARA LISTAR LAS MARCAS Y NUMEROS DE SERIE DE LAS MERCANCIAS, ESPECIFICACIONES ADICIONALES QUE COMPLEMENTEN LA DESCRIPCION DE LAS MISMAS, O SE DESEE AGREGAR ALGUN DATO ADICIONAL AL PEDIMENTO, TAL COMO LA LISTA DE EMPAQUE, ETC., SE PODRA HACER REFERENCIA A UN ANEXO, PRESENTADO EN FORMATO LIBRE, CON LOS DATOS CORRESPONDIENTES Y FIRMADO AUTOGRAFAMENTE POR AGENTE ADUANAL, SU REPRESENTANTE AUTORIZADO O EL APODERADO ADUANAL.

LOS ANEXOS DEBERAN CONTENER, ADEMAS LOS DATOS NECESARIOS PARA IDENTIFICAR EL PEDIMENTO AL QUE PERTENECEN, ESTO ES, NOMBRE, NUMERO DE PATENTE O AUTORIZACION DEL AGENTE O APODERADO ADUANAL, Y EL NUMERO Y FECHA DEL DOCUMENTO ASIGNADO. DICHO ANEXO ESTARA CONSTITUIDO POR LAS HOJAS QUE RESULTEN NECESARIAS Y FORMARA PARTE DE LA RECTIFICACION. LA HOJA U HOJAS QUE INTEGREN LOS ANEXOS DEBERAN ESTAR NUMERADAS SUCESIVAMENTE E INDICAR EL NUMERO TOTAL DE LAS MISMAS, EN LA PARTE SUPERIOR DERECHA DE CADA UNA DE ELLAS, TOMANDO EN CUENTA QUE LA RECTIFICACION SERA SIEMPRE LA HOJA UNO, DEBIENDO EXPRESAR TAMBIEN ESTE EL NUMERO TOTAL DE HOJAS QUE LA INTEGREN, PARA ESTOS EFECTOS, NO PODRA UTILIZARSE EL REVERSO DE LA RECTIFICACION, PERO SI EL REVERSO DE LAS HOJAS DEL ANEXO, EN LOS CASOS QUE FUERE NECESARIO.

EN LOS PEDIMENTOS QUE COMPRENDEN UN TOTAL DE MERCANCIAS QUE REBASAN EL ESPACIO DESTINADO PARA ANOTAR SU DESCRIPCION Y EL TOTAL DE ESTAS SEA

FUERE NECESARIO PARA TAL EFECTO. EN ESTOS CASOS EL (LOS) FORMATOS ANEXOS DEBERA(N) LLEVAR IMPRESO(S) EN LA PARTE SUPERIOR LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS PARA IDENTIFICAR EL PEDIMENTO AL QUE PERTENECEN: FECHA DE PAGO, NUMERO DE PEDIMENTO, DEBIENDO ANOTAR EN ESTOS CAMPOS LA INFORMACION TAL Y COMO APARECE EN EL ORIGINAL, EN LA PARTE SUPERIOR DERECHA ASI COMO DEL (DE LOS) ANEXO(S), SE DESTINARA UN ESPACIO DENOMINADO HOJA.....DE..... DONDE SE ASENTARA EN FORMA SERIADA EL TOTAL DE HOJAS QUE INTEGREN CADA EJEMPLAR DEL PEDIMENTO Y LA HOJA DE QUE SE TRATA (EJEMPLO: SI CADA EJEMPLAR DE LA RECTIFICACION CONSTA DE 3 HOJAS, EN LA PRIMERA SE ANOTARA 1 DE 3, EN LA SEGUNDA 2 DE 3 Y EN LA TERCERA 3 DE 3); TOMANDO EN CUENTA QUE EL PEDIMENTO SERA SIEMPRE LA HOJA UNO. COMPLEMENTADO DICHO FORMATO ANEXO, SE IMPRIMIRA ABAJO DE ESTA LOS SIGUIENTES TITULOS: No. DE ORDEN, DESCRIPCION DE MERCANCIAS, PRECIO UNITARIO, FRACCION, CANTIDAD, UNIDAD, CANT. TFA, PERMISO(S), CLAVES/NUMEROS/FIRMA, VALOR FACTURA/EN ADUANAS/DLS., TASA/VINC/M.VAL., F.PAGO, IMP.TOS. LO ANTERIOR SERVIRA COMO REFERENCIA PARA SEGUIR EL PROCESO DE RELACIONAR LAS MERCANCIAS EN CUESTION. EL PEDIMENTO SE EXPEDIRA EN TODAS LAS HOJAS DE QUE CONSTE, Y SERA FIRMADO AUTOGRAFAMENTE POR AGENTE ADUANAL, SU REPRESENTANTE AUTORIZADO O EL APODERADO ADUANAL. LAS CANTIDADES EXPRESADAS QUE SE REFIEREN A VALORES MONETARIOS (VALOR FACTURA, EN ADUANA, MONTOS DE CONTRIBUCIONES) DEBERAN ASENTARSE EN PESOS, OMITIENDO EL USO DE SIGNOS MONETARIOS, COMAS, ESPACIOS O FRACCIONES DE UNIDAD (CERRANDOSE LA CANTIDAD A LA UNIDAD ENTERA MAS PROXIMA). LAS CLAVES O CODIGOS INTERNOS QUE SE DEBERAN UTILIZAR PARA TODOS LOS FINES DE LOS SISTEMAS SAAI O SAAI-CADEPA Y MODULOS BANCARIOS, ASI COMO LOS ASPECTOS RELATIVOS A LAS ESTADISTICAS Y A LOS PROGRAMAS VALIDADORES, SERAN LOS CONTEMPLADOS EN LOS MANUALES SAAI, SIENDO ESTOS LOS INSTRUMENTOS QUE DETERMINARAN LAS CLAVES A UTILIZAR.

LAS EXPORTACIONES MENORES QUE SE EFECTUEN AL AMPARO DEL TELEX-CIRCULAR 326-A-III.1.-3262 DEL 7 DE MARZO DE 1994 EMITIDO POR LA ADMINISTRACION GENERAL DE ADUANAS, SE EFECTUARA CON ESTE PEDIMENTO PERO UTILIZANDO EL CODIGO 99010001, EN EL CAMPO CORRESPONDIENTE A LA FRACCION ARANCELARIA, AUNQUE BAJO NINGUN CONCEPTO ESTE CODIGO ES FRACCION ARANCELARIA. A ESTE CODIGO SE LE ASIGNARAN LAS SIGUIENTES TASAS.

TASA: 0% DTA: CUOTA FIJA VIGENTE AL MOMENTO DE LA EXPORTACION.

EN TODOS LOS CASOS ESTAS EXPORTACIONES SE HARAN COMO DEFINITIVAS (CLAVE A1) Y LA CANTIDAD CORRESPONDIENTE CONFORME A LA UNIDAD DE MEDIDA DE LA TARIFA DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL DE EXPORTACION DEBERA DECLARARSE EN KILOS.

LAS MEDIDAS DEL PAPEL EN QUE IRA IMPRESO EL FORMATO SERAN DE 28 CMS. DE LARGO POR 21.5 DE ANCHO (TAMAÑO CARTA).

#### 4.1.2.3. Factura Comercial

Documento que identifica al vendedor y al comprador de bienes o servicios, donde se asienta el número de la factura, la fecha de embarque, el medio de transporte, la entrega y términos de pago, así como un listado completo con la descripción de los bienes y servicios en cuestión, incluyendo precios, descuentos y cantidades.<sup>32</sup>

Es un documento de la empresa exportadora, que se presenta en original y seis copias

##### FACTURA PRO FORMA

Declaración del importador, en forma de factura, acerca del valor o del precio pagado

Por no tener una factura especial o comercial del vendedor o del transportista, solicito que acepte la declaración del valor o del precio pagado que, en forma de factura, se presenta a continuación:

Nombre y dirección del transportista \_\_\_\_\_  
 Nombre y dirección del vendedor \_\_\_\_\_  
 Nombre y dirección del consignatario \_\_\_\_\_  
 Nombre y dirección del comprador \_\_\_\_\_

He comprado esta mercancía. (No he comprado esta mercancía.) (He convenido en comprar esta mercancía.) (No he convenido en comprar esta mercancía.) Los precios (o en el caso de mercancías consignadas, los valores) que se expresan a continuación son verdaderos y correctos a mi leal saber y entender, y se basan en (marque con una X en qué se basa el precio o el valor):

- |  |   |
|--|---|
| (a) El precio pagado o convenido según pedido fechado el _____                   | (e) El conocimiento del mercado en los Estados Unidos (si se trata del valor en los Estados Unidos) _____ |
| (b) El asesoramiento del exportador por carta o cable de fecha _____             | (f) El asesoramiento del director de aduana del distrito _____  |
| (c) La comparación con el valor de envíos recibidos anteriormente de fecha _____ | (g) Otros conceptos: _____  |
| (d) El conocimiento del mercado en el país de exportación _____                  |   |

A	B	C	D	E	F	G
Números de marca de las cajas	Número de rubro del fabricante, símbolo o marca comercial	Cantidades y descripción completa	Precio de compra por unidad (moneda)	Precio total de compra (moneda)	Valor por unidad en el exterior	Valor total en el exterior

Para los precios en las columnas D y E, indique cuáles de los gastos siguientes están incluidos y cuáles no lo están:

Cantidad incluida	Cantidad excluida	Cantidad incluida	Cantidad excluida
Empaque _____	_____	Lanchaje _____	_____
Carretaje _____	_____	Flete marítimo _____	_____
Flete interior _____	_____	Derechos de aduana en los Estados Unidos _____	_____
Muelleaje y cargamento en el exterior _____	_____	Otros gastos (identificados por nombre y cantidad) _____	_____
País de origen _____	_____	Total _____	_____

Si se recibe cualquier otra factura, la presentaré inmediatamente al director de distrito de Aduana.

Fecha \_\_\_\_\_ Firma de la persona que extiende la factura \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña y nombre de la empresa \_\_\_\_\_

<sup>32</sup> <http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/glosario/nvglosario.jsp?seccion=182&letra=f>

#### 4.1.2.4 Certificado de Origen

Consiste en un documento en donde se deja de manifiesto que el producto que se exporta es originario del país, o de una región; es necesario para tener acceso a tratos arancelarios preferenciales, en los países de destino de las mercancías. En algunos casos, este documento debe ser expedido por el exportador. Por su parte, algunas cámaras industriales pueden emitir certificados de origen, que también se aceptan en los países de destino. Para solicitar un certificado de origen a SECOFI habrá que llenar un Anexo Estadístico de la misma dependencia

### Tratado de Libre Comercio de América del Norte Certificado de Origen

(Instrucciones al Reverso)

1. Nombre y domicilio del exportador:			2. Periodo que cubre:		
3. Nombre y domicilio del productor:			4. Nombre y domicilio del Importador:		
5. Descripción del (los) bien(es)	6. Clasificación arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Productor	9. Costo Neto	10. País de Origen
<p>Declaro bajo protesta de decir verdad que:</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- Los bienes son originarios del territorio de una o más de las partes y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 411 o en el Anexo 401.</p> <p>Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.</p>					
11. Firma autorizada:			Empresa:		
Nombre:			Cargo:		
Fecha:			Teléfono:		Fax:

Llenar a máquina o con letra de molde

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE  
INSTRUCTIVO PARA EL LLENADO  
DEL CERTIFICADO DE ORIGEN**

Con el propósito de recibir trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado en forma legible y en su totalidad por el exportador del bien y el importador deberá tenerlo en su poder al momento de formular el pedimento de importación o declaración de importación. Este documento también podrá ser llenado por el productor si así lo desea para ser utilizado por el exportador del bien. Favor de llenar a máquina o con letra de molde o letra de imprenta.

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

En Canadá: el número de identificación del patrón o el número de identificación del importador/exportador, asignado por el Ministerio de Ingresos de Canadá.

En México: la clave del registro federal de contribuyentes (R.F.C.)

En los Estados Unidos de América: el número de identificación del patrón o el número del seguro social.

**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 algún país Parte del Tratado de Libre Comercio de América del norte (TLCAN) en un periodo específico no mayor de un año (período que cubre). La palabra "DE" deberá ir seguida por la fecha (día/mes/año) a partir de la cual el Certificado ampara el bien descrito (esta fecha podrá ser posterior a la de la firma del Certificado). La palabra "A" deberá ir seguida por la fecha (día/mes/año) en la que vence el periodo que cubre el Certificado. La importación del bien sujeto a trato arancelario preferencial con base en este certificado deberá efectuarse dentro de las fechas indicadas.

**CAMPO 3:** Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo el país), y el número de registro del productor, tal como se describe en el campo 1. En caso de que el certificado

ampare bienes de más de un productor, anexe una lista de los productores adicionales, incluyendo el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo el país), y número de registro fiscal, haciendo referencia directa al bien descrito en el campo 5. Cuando se desee que la

información contenida en este campo sea confidencial, podrá señalarse de la siguiente manera: "disponible a solicitud de la aduana". En caso de que el productor y el exportador sean la misma persona, indique la palabra "mismo". En caso de desconocerse la identidad del productor, indicar la palabra "desconocido".

**CAMPO 4:** Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo el país), y el número de registro del importador, tal como se describe en el campo 1. En caso de no conocerse la identidad del importador, indicar la palabra "desconocido". Tratándose de varios importadores, indicar la palabra "diversos".

**CAMPO 5:** Proporcione una descripción completa de cada bien, La descripción deberá ser suficiente para relacionarla con la descripción contenida en la factura, así como con la descripción que corresponda al

bien en el Sistema Armonizado. En caso de que el certificado ampare una sola importación del bien, 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.

**CAMPO 6:** Declare la clasificación arancelaria a seis dígitos que corresponda en el Sistema Armonizado a cada bien descrito en el campo 5. En caso de que el bien esté sujeto a una regla específica

de origen que requiera ocho dígitos de conformidad con el anexo 401, deberá declararse a ocho dígitos la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado que corresponda en el país a cuyo territorio se importa el bien.

**CAMPO 7:** Indique el criterio (de la A a la F) aplicable para cada bien descrito en el campo 5. Las reglas de origen se encuentran en el capítulo 4 y en el anexo 401 del TLCAN. Existen reglas adicionales en el anexo 703.2 (determinados productos agropecuarios), apéndice 6-A del anexo 300-B (determinados productos textiles) y anexo 308.1 (determinados bienes para el procesamiento automático de datos y sus partes). NOTA: Para poder gozar del trato arancelario preferencial, cada bien deberá cumplir alguno de los siguientes criterios.

**Criterios para trato preferencial:**

A. El bien es "obtenido en su totalidad o producido enteramente" en territorio de uno o más de los países partes del TLCAN, de conformidad con el artículo 415. NOTA: La compra de un bien en el territorio del TLCAN no necesariamente lo convierte en "obtenido en su totalidad o producido enteramente". Si el bien es un producto agropecuario, véase el criterio F y el anexo 703.2 (Referencia: Artículo 401(a) y 415)

B. El bien es producido enteramente en el territorio de uno o más de los países Parte del TLCAN, y cumple con la regla específica de origen establecida en el anexo 401, aplicable a su clasificación arancelaria. La regla puede incluir un cambio de clasificación arancelaria, un requisito de valor de contenido regional o una combinación

de ambos. El bien debe cumplir también con todos los demás requisitos aplicables del capítulo IV. En caso de que el bien sea un producto agropecuario, véase también el criterio F y el anexo 703.2 (Referencia: Artículo 401(b)).

C. El bien es producido enteramente en el territorio de uno o más de los países partes del TLCAN exclusivamente con materiales originarios. Bajo este criterio, uno o más de los materiales puede no estar incluido en la definición de “obtenido en su totalidad o producido enteramente”, conforme al artículo 415. Todos los materiales utilizados en la producción del bien deben calificar como “originarios”, al cumplir con algunas de las reglas de origen del artículo 401 (a) a (d). Si el bien es un producto agropecuario, véase también el criterio F y el anexo 703.2 (Referencia al artículo 401(c)).

D. El bien es producido enteramente en el territorio de una o más de los países partes del TLCAN, pero no cumple con la regla de origen aplicable establecida en el anexo 401, porque alguno de los materiales no originarios no cumple con el cambio de clasificación arancelaria requerido. El bien, sin embargo, cumple con el requisito de valor de contenido regional establecido en el artículo 401(d). Este criterio es aplicable únicamente a las dos circunstancias siguientes:

1. El bien se importó al territorio de un país parte del TLCAN sin ensamblar o desensamblado, pero se clasificó como un bien ensamblado de conformidad con la regla general de interpretación 2(a) del Sistema Armonizado.

2. El bien incorpora uno o más materiales no originarios clasificados como partes, de conformidad con el Sistema Armonizado, que no pudieron cumplir con el cambio de clasificación arancelaria porque la partida es la misma, tanto para el bien, como para sus partes, y no se divide en subpartidas, o las subpartidas es la misma, tanto para el bien, como para sus partes, y ésta no se subdivide. NOTA: Este criterio no es aplicable a los capítulos 61 a 63 del Sistema Armonizado (Referencia: Artículo 401(d)).

E. Algunos bienes de procesamiento automático de datos y sus partes, comprendidos en el anexo 308.1, no originarios del territorio de uno o más países parte del TLCAN procedentes del territorio de otro país parte del TLCAN, cuando la tasa arancelaria de nación más favorecida aplicable al bien se ajusta a la tasa establecida en el anexo 308.1 y es común para todos los países partes del TLCAN (Referencia: Anexo 308.1).

F. El bien es un producto agropecuario originario de conformidad con el criterio para trato preferencial A; B o C, arriba mencionados, y no está sujeto a restricciones cuantitativas en el país importador del TLCAN, debido a que es un “producto calificado” conforme al anexo 703.2, Sección A o B (favor de especificar). Un bien listado en el apéndice 703.2.B.7 está también exento de restricciones cuantitativas y tiene derecho a recibir trato arancelario preferencial, siempre que cumpla con la definición de “producto calificado” de la sección A del Anexo 703.2. NOTA 1: Este criterio no es aplicable a los bienes que son totalmente originarios de Canadá o los Estados Unidos que se importen a cualquiera de dichos países. NOTA 2: Un arancel-cupo no es una restricción cuantitativa.

CAMPO 8: Para cada bien descrito en el campo 5, indique "SI" cuando Usted sea el productor del bien. En caso de que no sea el productor del bien, indique "NO", seguido por (1), (2) o (3), dependiendo de si el Certificado se basa en alguno de los siguientes supuestos:

(1) su conocimiento de que el bien califica como originario;

(2) su confianza razonable en una declaración escrita del productor (distinta a un certificado de origen), de que el bien califica como originario; o

(3) un certificado que ampare el bien, llenado y firmado por el productor, proporcionado voluntariamente por el productor al exportador.

CAMPO 9: Para cada bien descrito en el campo 5, cuando el bien esté sujeto a un requisito de valor de contenido regional (VCR), indique “CN” si el VCR se calculó con base en el método de costo neto; de lo contrario, indique “NO”. Si el VCR se calculó de acuerdo al método de costo neto en un período de tiempo, identifique las fechas de inicio y conclusión (DD/MM/AA) de dicho período. (Referencia: artículos 402.1 y 402.5)

CAMPO 10: Indique el nombre del país (“MX” o “EU” tratándose de agropecuarios o textiles exportados a Canadá; “EU” o “CA” para todos los bienes exportados a México; o “CA” o “MX” para todos los bienes exportados a los Estados Unidos) al que corresponde la tasa arancelaria preferencial, aplicable con los términos del Anexo 302.2, de conformidad con las reglas de mercado o en la lista de desgravación arancelaria de cada Parte.

Para todos los demás bienes originarios exportados a Canadá, indique “MX” o “EU”, según corresponda, si los bienes originan en ese país parte del TLCAN, en los términos del Anexo 302.2 y el valor de transacción de los bienes no se ha incrementado en más de 7% por algún procesamiento ulterior en el otro país parte del TLCAN, en caso contrario, indique “JNT” por producción conjunta (Referencia: Anexo 302.2).

CAMPO 11: Este campo deberá ser llenado, firmado y fechado por el exportador. En caso de que el productor llene el Certificado para uso del exportador, deberá ser llenado, firmado y fechado por el productor. La fecha deberá ser aquella en que el Certificado se llenó y firmó.



#### 4.1.2.6. Certificados de la Secretaria de Salud y la SAGARPA

Todos los productos destinados al consumo humano, como en nuestro caso lo es el amaranto, deben garantizar su condición de calidad y demostrar de alguna manera que están en buenas condiciones para ser utilizados o consumidos.

Los productos alimenticios, se constituyen en una categoría especial sobre la cual las autoridades de los diferentes mercados de destino hacen un especial énfasis en cuanto a su calidad y las condiciones para su consumo a través de la exigencia de certificados y el cumplimiento de normas de calidad.

Si un productor mexicano desea exportar alimentos procesados deberá realizar trámites ante la secretaría de Salud y ante la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGARPA) (si el producto a exportar se trata de cárnicos y embutidos), para obtener permisos y certificados que le permitan demostrar la calidad y condición adecuada de sus productos.

##### 4.1.2.6.1 Certificados de la Secretaria de Salud

Los exportadores de alimentos procesados deben saber que, para obtener cualquier certificación, registro o documento para cubrir etapas en el proceso de exportación, previamente deben contar con el Aviso de Apertura o Funcionamiento de su empresa. Para obtenerlo se debe acudir a la Dirección General de Control Sanitario de Bienes y Servicios de la Secretaría de salud y llenar el formato “AVISO DE APERTURA O FUNCIONAMIENTO.



SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO  
DIRECCION GENERAL DE CONTROL SANITARIO DE BIENES Y SERVICIOS

## AVISO DE APERTURA O FUNCIONAMIENTO

ANTES DE LLENAR EL FOMATO LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO

### DATOS DEL PROPIETARIO O RAZON SOCIAL

NOMBRE DE LA PERSONA FISICA O MORAL PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO		RFC
DOMICILIO		
CALLE Y NUMERO	COLONIA	
ENTIDAD FEDERATIVA	DELEGACION O MUNICIPIO	LOCALIDAD
CODIGO POSTAL	TELEFONO	FAX

### DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL ESTABLECIMIENTO		RFC
DOMICILIO		
CALLE Y NUMERO	COLONIA	
ENTIDAD FEDERATIVA	DELEGACION O MUNICIPIO	LOCALIDAD
CODIGO POSTAL	TELEFONO	FAX
ENTRE QUE CALLE Y QUE CALLE	CROQUIS DE LOCALIZACION	
FECHA DE INICIO DE LABORES		

### DATOS DE LAS ACTIVIDADES DEL ESTABLECIMIENTO

MARQUE CON UNA "X" EL (LOS) GIRO(S) DEL ESTABLECIMIENTO							
ALIMENTOS	BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	BEBIDAS ALCOHOLICAS	TABACO	ASEO Y LIMPIEZA	PERFUMERIA Y BELLEZA	MATERIAS PRIMAS	ADITIVOS
( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
CLAVE DE GIRO	DESCRIBA LA ACTIVIDAD DEL ESTABLECIMIENTO						
(Uso exclusivo de la SSA)							

### BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL	LUGAR Y FECHA DONDE SE EFECTUA EL AVISO

LLENAR A MAQUINA O CON LETRA DE MOLDE Y TINTA NEGRA

Por otra parte, la Secretaría de Salud expide diferentes tipos de certificados, cuyo uso depende de dos factores fundamentales: el tipo de producto y el mercado de destino



SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO  
DIRECCION GENERAL DE CONTROL SANITARIO DE BIENES  
Y SERVICIOS

**SOLICITUD DE CERTIFICADO PARA EXPORTACION  
CONFORMIDAD DE BUENAS PRACTICAS SANITARIAS**

		FOLIO	
<b>1.- DATOS DEL EXPORTADOR</b>			
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL EXPORTADOR		RFC	
DOMICILIO (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., país)			
<b>2.- DATOS DEL FABRICANTE</b>			
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL FABRICANTE		RFC	
DOMICILIO (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., país)			
DICTAMEN FAVORABLE DE CONFORMIDAD DE BUENAS PRACTICAS VALIDO HASTA:			
FECHA DE EXPEDICION	NUMERO DE NOTIFICACION DE RESULTADOS		VALIDO POR
<b>3.- DATOS DEL PRODUCTO</b>			
DESCRIPCION DEL PRODUCTO (Nombre común y científico)			
TIPO DE EMBALAJE		ESTADO DEL PRODUCTO O TIPO DE TRATAMIENTO	
PRIMARIO	SECUNDARIO		
NUMERO DE UNIDADES DE EMBALAJE	TOTAL A EXPORTAR	NUMERO DE LOTE	FECHA LIMITE DE CONSUMO
TEMPERATURA REQUERIDA		MEDIO DE TRANSPORTE	
DE ALMACENAMIENTO	DE TRANSPORTE	AEREO	TERRESTRE MARITIMO
OBSERVACIONES SOBRE EL TRANSPORTE (Nombre del transporte, No. de vuelo o No. de matrícula. Si se trata de contenedores indicar los números, etc.)			
<b>4.- DESTINO DEL PRODUCTO</b>			
LUGAR DE EMBARQUE DE LOS PRODUCTOS			
PAIS AL QUE EXPORTA			
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL DESTINATARIO		TELEFONO	
DOMICILIO DEL DESTINO FINAL (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., País)			
<b>5.- COMBINACION DE MODALIDADES:</b> Si requiere la emisión del documento combinado con otra modalidad, marque con una "X" en el cuadro correspondiente y anexe el formato específico.			
LIBRE VENTA		OTROS (PREVIA EVALUACION DE LA DIRECCION GENERAL)	
ANALISIS DE PRODUCTO		Explique:	



**COMPROBANTE DE TRAMITE  
SOLICITUD DE CERTIFICADO PARA EXPORTACION  
CONFORMIDAD DE BUENAS PRACTICAS SANITARIA**

Nombre del exportador	Folio
Lugar y fecha de la solicitud	

<b>INSTRUCTIVO DE LLENADO DE SOLICITUD</b>
<b>Certificado para Exportación de Conformidad de Buenas Prácticas Sanitarias</b>

**1. DATOS DEL EXPORTADOR**

- Nombre o Razón Social del exportador Deberá anotarse el nombre, domicilio y la clave alfanumérica otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, del establecimiento que realizará la exportación. En este caso puede tratarse del comercializador o distribuidor del producto o directamente del fabricante de éste.
- R.F.C
- Domicilio

**2. DATOS DEL FABRICANTE**

- Nombre o Razón Social del fabricante Deberá anotarse el nombre, domicilio y la clave alfanumérica otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, del establecimiento fabricante del producto que se exportará. En el caso en que el fabricante sea el exportador bastará con que en éste rubro anote "EL MISMO", para evitar la repetición.
- R.F.C
- Domicilio
- Dictamen Favorable de Conformidad de Buenas Prácticas Deberá anotar la fecha de expedición, el número de notificación y la vigencia del Dictamen Favorable de Conformidad de Buenas Prácticas Sanitarias, que le fuera dado a conocer en la Notificación de Resultados derivado de la solicitud de Visita de Verificación Sanitaria para Exportación, en caso de no encontrarse vigente, antes de efectuar la presente solicitud deberá solicitar la renovación de vigencia del Dictamen referido.

**3. DATOS DEL PRODUCTO**

- Descripción del producto Anotará el nombre completo del producto, verificando que los datos que asiente correspondan exactamente a los notificados en el Aviso de Apertura o Funcionamiento presentado a la Institución. Cuando se trate de productos pesqueros, adicionalmente deberá referir el nombre científico del producto, debido a que los nombres comunes pueden cambiar de una región a otra, mientras que el nombre científico es el mismo en todo el mundo.  
Cuando se trate de leche o productos lácteos deberá especificarse de que especie procede el producto, (vaca, cabra, oveja,...); anotando para leche la leyenda "tratada térmicamente", si fuera el caso; para productos lácteos la leyenda "elaborado a partir de leche tratada térmicamente", o "sometido a tratamiento térmico", o "elaborado a partir de leche cruda" según corresponda. Deberá especificar tanto el envase que tiene contacto directo con el producto (primario), como el que acompaña a éste, y en su caso el envase que rodea al primero, que también puede concentrar varios productos (secundario). Por ejemplo el jabón de tocador puede tener como envase primario plástico y como secundario cartón. Refiera el envase por su naturaleza (vidrio, papel, plástico, cartón, etc.), asimismo cuando su producto sea a granel señale como envase primario las características del empaque para su trasportación hielera, contenedor, saco, bolsa, etc. Deberá especificar el estado, proceso o tipo de tratamiento que realiza al producto a exportar, por ejemplo: frescos, vivos, refrigerados, congelados, conservas, ahumado, etc.
- Tipo de embalaje Anotar las características de presentación del producto a exportar por ejemplo: caja con 12 botellas de 2 litros, botella de un litro, bolsa de un kilo, bolsa de 10 piezas, etc. Deberá señalar el total de la mercancía a exportar expresada en unidades como kilos, litros, libras, toneladas, etc, conforme sus necesidades.  
Anotar el número de lote o lotes que se exportarán.
- Estado del producto o tipo de tratamiento Anotar la fecha de caducidad del producto, o la fecha de consumo preferente de éste. Especifique la temperatura de almacenamiento y de transporte requeridas para la conservación del producto a exportar.
- Número de Unidades de embalaje Especifique el tipo marcado con una cruz si es Aéreo, Terrestre o Marítimo.
- Total a exportar Cuando la autoridad sanitaria del país a exportar le solicite especificaciones sobre el medio de transporte señale las mismas en este campo. Por ejemplo: Para el caso de transportación marítima, en ocasiones se requiere el nombre del Barco y el número de contenedor; para el caso de transportación aérea, anotar la línea aérea, matrícula, etc...
- Número de lote
- Fecha límite de consumo
- Temperatura
- Medio de transporte
- Observaciones del Medio de Transporte

**4. DESTINO DEL PRODUCTO**

- Lugar de embarque de los productos Anotar la localización del lugar desde donde partirán los productos, por ejemplo: Puerto de Veracruz, Veracruz México; Puerto de Manzanillo, Colima México, etc.
- País al que exporta Indique claramente el nombre oficial del país al que realizará la exportación.
- Nombre o razón social del destinatario Especifique el nombre o razón social y teléfono del comprador en el extranjero que adquiere la mercancía a exportar, así como el domicilio al que arribará el producto en el país que corresponde.
- Teléfono
- Domicilio del Destino Final

**5. COMBINACION DE MODALIDADES**

- Marque con una X el cuadro correspondiente Podrá seleccionar la combinación de los servicios en funcionamiento, para ello deberá marcar y anexar el formato correspondiente. En caso de requerirse, la autoridad sanitaria evaluará una petición diferente a las existentes, a fin de determinar los tiempos de atención y costo del servicio. Quedarán en poder del solicitante al someter la solicitud y será necesaria su presentación para retirar las resoluciones a la misma.

**COMPROBANTE DEL TRAMITE**



## INSTRUCTIVO DE LLENADO DE SOLICITUD

### Certificado para Exportación Libre Venta

#### 1. DATOS DEL EXPORTADOR

- Nombre o Razón Social del exportador
- R.F.C
- Domicilio

Deberá anotarse el nombre, domicilio y la clave alfanumérica otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, del establecimiento que realizará la exportación. En este caso puede tratarse del comercializador o distribuidor del producto o directamente del fabricante de éste.

#### 2. DATOS DEL FABRICANTE

- Nombre o Razón Social del fabricante
- R.F.C
- Domicilio

Deberá anotarse el nombre, domicilio y la clave alfanumérica otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, del establecimiento fabricante de producto, que será exportado. En este caso si el mismo fabricante es el exportador bastará con que en éste rubro anote "EL MISMO", para evitar la repetición.

#### 3. DATOS DEL IMPORTADOR

- Nombre del importador o razón social
- R.F.C.
- Domicilio

Únicamente se llenará este espacio cuando el producto que se va a exportar es de importación, anotando el nombre, domicilio y la clave alfanumérica otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, del establecimiento importador del producto a exportar.

#### 4. DATOS DEL PRODUCTO

- Denominación o descripción del producto
- Marca

Podrá anotar hasta 12 productos, siempre y cuando se exporten al mismo país y sean del mismo fabricante, ordenándolos por su nombre y marca, información que deberá coincidir con la notificada a la Secretaría de Salud a través de su Aviso de Apertura o Funcionamiento o de su Aviso de Actualización de Datos.

#### 5. PAIS AL QUE EXPORTA

Señale el nombre oficial y completo del país al que realizará la exportación.



#### COMPROBANTE DE TRAMITE

Quedará en poder del solicitante al someter la solicitud y será necesaria su presentación para retirar las resoluciones a la misma.

#### 4.1.2.6.2. Certificados de la SAGARPA

En el caso particular de los alimentos procesados que contengan carne, el exportador deberá realizar trámites ante la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, (SAGARPA) en el caso de que se desee exportar cárnicos, embutidos y otros alimentos para obtener permisos y certificados que le permitan demostrar la calidad y condición adecuada de sus productos.

SEE RESERVE FOR ADDITIONAL INFORMATION    VOIR REVERS POUR INFORMATION ADDITIONNEL    ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN SIEHE RÜCKSEITE

SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA Y DESARROLLO RURAL DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL		
	<b>CERTIFICADO FITOSANITARIO INTERNACIONAL</b> DE LA CONVENCIÓN INTERNACIONAL DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DE 1951 A LA ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DE	
SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA Y DESARROLLO RURAL		
<b>CERTIFICACION</b>		
Por el presente se certifica que las plantas o productos vegetales descritos a continuación, se han inspeccionado de acuerdo con los procedimientos adecuados y se consideran libres de plagas de cuarentena, prácticamente libres de otras plagas nocivas; y se considera que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país importador.		
1a. FECHA DE INSPECCION	1b. FECHA DE EXPEDICION	1c. LUGAR DE EXPEDICION
<b>DESCRIPCION</b>		
2. NOMBRE Y DIRECCION DEL EXPORTADOR		3. NOMBRE Y DIRECCION DECLARADOS DEL DESTINATARIO
4. NOMBRE DEL PRODUCTO Y CANTIDAD DECLARADA		
5. NOMBRE BOTANICO DE LAS PLANTAS	6. LUGAR DE ORIGEN	
7. NUMERO Y DESCRIPCION DE LOS EMPAQUES	8. MARCAS DISTINTIVAS	
9. MEDIO DE TRANSPORTE DECLARADO	10. PUNTO DE ENTRADA DECLARADO	
<b>TRATAMIENTO DE DESINFECCION O DESINFESTACION</b>		
11. FECHA	12. TRATAMIENTO	
13. PRODUCTO QUIMICO (INGREDIENTE ACTIVO)	14. DURACION Y TEMPERATURA	
15. CONCENTRACION	16. INFORMACION ADICIONAL	
Cualquier declaración con falsedad que se manifieste en este certificado fitosanitario, será sancionada administrativamente conforme lo marca el Capítulo III de la Ley Federal de Sanidad Vegetal, sin perjuicio de las penas que correspondan cuando sean constitutivas de delito, conforme lo marcan los Capítulos IV y V del Título del Código Penal para el Distrito Federal. Este certificado debe ser presentado cada vez que sea requerido por profesionales fitosanitarios oficiales autorizados de la Secretaría y será nulo si presenta tachaduras o enmendaduras.		
17. DECLARACION ADICIONAL		SELLO
18. NOMBRE Y CARGO DEL FUNCIONARIO (mayúsculas o a máquina de escribir)	19. FIRMA	20. CEDULA DE INSCRIPCION  VIGENCIA
La Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, ninguno de sus oficiales, ni sus representantes asumen responsabilidad económica con respecto a este certificado.		

### CERTIFICATION

This is to certify that the plants or plant products described below have been inspected according to appropriate procedures and are considered to be free of quarantine pests and practically free of other injurious pests; and that they are considered to be conform with the current phytosanitary regulations of the importing country.

- 1a. Inspection date
- 1b. Issuing date
- 1c. Place of issuing
2. Name and address of the exporter
3. Declared name and address of the consignee
4. Name of product and quantity declared
5. Botanical names of materials
6. Place of origin
7. Number and description of packages
8. Distinguished labels
9. Declared means of conveyance
10. Declared point of entry
11. Date
12. Treatment applied
13. Chemical (active ingredient)
14. Time and temperature
15. Concentration
16. Additional information
17. Additional declaration
18. Name and charge of authorized officer  
(type or print)
19. Signature of authorized officer
20. Inscription code

#### NOTE:

The Ministry of Agriculture, Livestock and Rural Development, its officials and/or representatives bear no financial responsibility regarding any misuse or unlawful application of the present certificate.

### CERTIFICATION

C'est pour certifié que les végétaux ou produits végétaux décrits au dessous ont été inspectés suivant des procédures appropriées et ils sont estimés être libres d'ennemis d'importance quarantenaire, ainsi que pratiquement libres d'autres ennemis dangereux et qu'ils sont d'accord à la réglementation phytosanitaire en vigueur dans le pays importateur.

- 1a. Date d'inspection
- 1b. Date d'expédition
- 1c. Lieu d'expédition
2. Nom et adresse de l'exportateur
3. Nom et adresse déclarée du destinataire
4. Nom du produit et quantité
5. Nom botanique des matériaux
6. Lieu d'origine
7. Numéro et description des colis
8. Description des étiquettes des colis
9. Moyen de transport déclarée
10. Point d'entrée déclarée
11. Date
12. Traitement appliqué
13. Produit chimique (ingrédient actif)
14. Durée e température
15. Concentration
16. Information supplémentaire
17. Déclaration additionnelle
18. Nom et position de l'agent autorisé (utiliser lettres mayuscules ou taper à la machine)
19. Signature de l'agent autorisé
20. Cief d'inscription

#### NOTE:

Le Ministère d'Agriculture, Élevage et Développement Rural, ainsi qu' aucun de ses agents our représentants n'acquit pas aucune responsabilité économique dérivé de ce certificat.

### BESCHEINIGUNG

Hiermit wird bescheinigt, daß die ausschliessend beschriebenen Pflanzen oder Pflanzenprodukte mit geeigneten Verfahren inspiziert worden sind und frei von Quarantäneplagen und anderen Schädlingen sind. Es wird bescheinigt, daß sie die Pflanzenschutz des Importlandes erfüllen.

- 1a. Inspektionsdatum
- 1b. Ausstellungsdatum
- 1c. Ausstellungsort
2. Name and Adresse des Exporteurs
3. Name and Adresse des Empfänger
4. Name des Produktes und der deklarierten Menge
5. Botanischer Name des Pflanzen
6. Herkunftsort
7. Nummer und Beschreibung der Verpackung
8. Kennzeichnung/ Warenzeichen
9. Deklarierteres Transportmittel
10. Deklarierter Ankuftsort
11. Datum
12. Behandlung
13. Chemische Produkte(aktive Inhaltsstoffe)
14. Dauer and Temperatur
15. Konzentration
16. Zusätzliche Information
17. Zusätzliche Erklärung
18. Name und Stellung des autorisierten Beamten
19. Unterschrift des autorisierten Beamten
20. Codemummer

#### BEMERKUNG:

Weder das Landwirtschaftsministerium noch seine Behörden oder Vertreter übernehmen die Verantwortung über den Inhalt dieser Bescheinigung.

#### 4.1.3. Estructura y Tarifa Arancelaria

La estructura arancelaria de los Estados Unidos se publica con el título de Harmonized Tariff Schedule of the United States y contiene la información que se detalla:

En la primera columna (Heading/Subheading) se inscribe el capítulo<sup>33</sup>, la partida, subpartida y, la fracción arancelaria con los que Estados Unidos clasifica las mercancías que se comercializan en ese país.

Bajo el título Statistical Suffix (Stat. Suffix) en la segunda columna, se anota el código que para fines estadísticos se ha establecido.

El producto propiamente dicho se describe en la tercera columna que en inglés lleva el título de Article Description.

La siguiente columna Rates of Duty, se desglosa en los tres niveles de aranceles que pueden afectar a los productos que se exportan a los Estados Unidos y los aranceles propiamente dichos.

El arancel general es aplicable a la mayoría de los países que exportan mercancías a ese país. Por su parte, el Special, se refiere única y exclusivamente a los países con los que se han suscrito tratados o convenios internacionales de comercio (a México le corresponde la clave MX)

A continuación presentamos desglosada la fracción como lo pide Harmonized Tariff Schedule.

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2000)						
Annotated for Statistical Reporting Purposes						
Heading/ Subheading	Stat. Suffix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1	2	
				General	Special	
19		Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.				
1904		Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina, grañones y sémola), precocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte.				
190410		Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.	Kg.			
19041001		Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.	Kg.	1.10%	free (MX)	20%

<sup>33</sup> De acuerdo al Sistema Armonizado para la Codificación y Designación de Mercancías (SA)

#### 4.1.4. Tipo de Arancel

A fin de incorporarse a dinamismo que se observaba en la economía internacional, México inicio su proceso de transformación, especialmente en el ámbito comercial, el cual se baso en una mayor apertura al exterior para ampliar los espacios comerciales del país y elevar su participación en el comercio internacional.<sup>34</sup>

*El 1 de enero de 1994, fecha en que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), quedaron inmediatamente libres de arancel la mayoría de los bienes que México importaba de Estados Unidos y Canadá. El resto de los bienes se desgravaría paulatinamente en grupos de 5, 10 y 15 etapas. El Artículo 302 del Tratado prevé que cada una de las Partes eliminará inmediata o gradualmente sus aranceles aduaneros sobre bienes originarios de cualquiera de las otras Partes de acuerdo a un calendario de desgravación contenido en uno de los anexos (302) del capítulo III. Dicho anexo establece cinco categorías de desgravación para todos los bienes comerciados entre los tres países. (La desgravación arancelaria en 2003, en el marco del TLCAN)*

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) se ha convertido en la piedra angular de éste esfuerzo de apertura comercial del gobierno mexicano debido, entre otras cosas, a que concede al país un arancel preferencial para los productos que ingresan en los mercados de Canadá y Estados Unidos.

México también ha firmado tratados de libre comercio con Bolivia, Costa Rica, Colombia, Venezuela y Nicaragua. En ellos se tomó el TLCAN como base de negociación y bajo ese mismo esquema opera lo referente a aranceles preferenciales. En síntesis, arancel preferencial significa el beneficio para los productos que se intercambian entre países que han establecido acuerdos comerciales, que permiten que la movilización de productos sea más ágil y sin tantas complicaciones en los trámites del proceso de exportación.<sup>35</sup>

En este caso el amaranto reventado esta exento de arancel tanto para las importaciones como para las exportaciones por la preferencia arancelaria que se tiene para productos alimenticios ya que es originario de la región.

<b>EE.UU.</b>	<b>Canadá</b>	<b>Chile</b>	<b>Costa Rica</b>
<b>Ex.</b> <sup>36</sup>	<b>Ex.</b>	<b>Ex.</b>	<b>Ex.</b>
<b>El Salvador</b>	<b>Guatemala</b>	<b>Honduras</b>	<b>Nicaragua</b>
<b>Ex.</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>1</b>
<b>Colombia</b>		<b>Uruguay</b>	<b>Bolivia</b>
<b>28% Nota: <u>CO5</u></b>		<b>EXCL</b>	<b>Ex.</b>
<b>Islandia</b>	<b>Noruega</b>	<b>Suiza</b>	<b>Unión Europea</b>
<b>Ex.</b>	<b>Ex.</b>	<b>Ex.</b>	<b>EXCL Nota: <u>UE3</u></b>
<b>Israel</b>	<b>Japón</b>		
<b>EXCL</b>	<b>EXCL</b>		

<sup>34</sup> Guía Básica del Exportador, 12ava edición, BANCOMEXT, Pág. 79, capítulo 4

<sup>35</sup> <http://www.luisarmando.com.mx/codagea/modulos/sitio/pagroindustriales/manual/tres.asp#rearancelaria>

<sup>36</sup> <http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/subPartidaAction.do?tigie=190410>

#### 4.1.5. Reglas de Origen

En el comercio internacional es básico tener presente el origen de la mercancía que se importa o exporta por que:

- Determina el origen de las mercancías.
- Permite identificar mercancías que son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial en el marco un acuerdo o tratado comercial.
- Asegura que las preferencias de un tratado comercial se otorguen solo a los bienes producidos en los países miembros y no a los elaborados en otros países.

La regla de origen aplicable a un producto se identifica a través de su clasificación arancelaria y para ello se debe de consultar Capitulo IV artículo 401 del TLCAN sobre reglas de origen y ver cual le corresponde, a continuación presentamos el principal criterio que aplicaría para el amaranto reventado<sup>37</sup>

Totalmente Originario – Es decir, que el bien se obtenga en su totalidad o se produzca enteramente en el territorio de uno o más de los países partes del tratado en este caso del TLCAN.

#### 4.2. Aspectos no Arancelarios

Para la exportación de Alimentos procesados o bebidas, es necesario cumplir con los requisitos, trámites, documentación y procesos de inspección que establecen los países de destino, para lo cual, en esta parte se consideran los requisitos generales que debe cumplir el exportador mexicano para incursionar en el mercado de Estados Unidos.

Asimismo, se explican los requisitos y las normas en cuanto a la calidad de los alimentos, así como las características que deben cumplir los envases, etiquetas y formas de presentación de los productos a exportarse.

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

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

Para tal efecto, habrá que tomar en consideración que el FDA ha establecido para algunos productos o insumos en alimentos, grados máximos de impurezas que pudieran contener éstos. En este sentido, el exportador mexicano deberá cuidar en estos casos, cumplir con los niveles de tolerancia de sustancias extrañas y/o sustancias añadidas.

---

<sup>37</sup> Guía Básica del Exportador, 12ava edición, BANCOMEXT, Pág. 80, capítulo 4

Por otra parte, el envase del producto está sujeto al cumplimiento de las disposiciones en materia de etiquetado que establece el FDA.

#### 4.2.1 Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos<sup>38</sup>

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

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

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

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

El término adulterado incluye aquellos productos defectuosos o producidos en términos insalubres.

El término mal etiquetado se refiere a aquellas leyendas, diseños, dibujos, que aparezcan en la etiqueta y que no proporcionen la información correcta al consumidor o lo induzca a una mala interpretación.

En este contexto, todos los alimentos deben ser elaborados bajo condiciones higiénicas. Así mismo, se debe cuidar que el producto no contenga materias extrañas, como por ejemplo, basura, tierra, fragmentos de pelo de roedores y partes de insectos, entre otros.

Así como cualquier otro elemento extraño al producto. Esto implica cumplir con las disposiciones que establecen las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) de la FDA.

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

Por otro lado, para aquellos productos alimenticios en los que se detecta alguna irregularidad en los niveles de tolerancia de sustancias extrañas que pongan en riesgo la

---

<sup>38</sup> Guía para exportar alimentos procesados, BANCOMEXT, Pág. 132,133

salud del consumidor, se les aplicará una Detención Automática que implica que los productos importados son detenidos en la aduana de entrada.

#### 4.2.2 Buenas Prácticas de Manufactura<sup>39</sup>

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

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

##### 4.2.2.1 Principales puntos de vigilancia en un proceso de Buenas Prácticas de Manufactura (FDA)

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

- **Personal encargado en la fabricación**

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

- **Condiciones de la fábrica**

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

- **Procedimientos sanitarios**

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

---

<sup>39</sup> Guía para exportar alimentos procesados, BANCOMEXT, Pág. 134,135

- **Instalaciones sanitarias**

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

- **Proceso de producción**

Todas las operaciones del procesamiento del alimento, deben de ser revisadas a fin de cumplir con las normas de manufactura establecidas por la FDA. Esto incluye desde las etapas de recepción y preparación del producto, hasta el transporte, empaque y almacenado del mismo.

Todos estos procesos deben de realizarse de acuerdo con los principios de sanidad requeridos.

- **Aditivos permitidos**

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

#### 4.2.3 Regulaciones de Etiquetado

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

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

**Nombre común del producto**

Amaranth burst / Amaranto Reventado

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

**Manufactured by:**

Tomas Elena Mz. 19 Lt. 11, Col. Tulyehualco, Del. Xochimilco, Distrito Federal, México.

**Distributed by:**

Exportando S.A. de C.V.

**Cantidad neta del producto**

Net. 0.8377565963025348 Lb. / 38 Kg.

**Lista de ingredientes (cuando es más de un ingrediente)**

It does not contain ingredients

**País de origen**

Product of México / Hecho en México

Etiqueta al frente del saco



Parte trasera de la etiqueta.



#### 4.2.4. Descripción de la Información Nutricional en la Etiqueta

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

Esta información es por cada 100 gramos

Información Nutricional	Nutritional Information
Valor energético Kcal 430.97	power value 430.97 kcal
Humedad (%) 0.28	humidity (%)0.2
Grasa g 8.05	fat (g) 8.05
Proteínas g 13.50	proteins (g) 13.50
Colesterol mg 0.00	cholesterol (mg) 0.00
Hidratos de carbono g. 76.13	carbon hydrates (g) 76.13
Azúcar g. 10.50	sugar (g) 10.50
Calcio mg. 93.95	calcium (mg) 93.95
Fósforo mg. 05.29	phosphorus (mg) 05.29
Hierro mg. 8.98	iron (mg) 8.98
Vitamina A 29.01	vitamin A 29.01

#### 4.2.5. Código de Barras

El GTIN (Global Trade Item Number) o Número Mundial de Artículo Comercial es un número que se utiliza para la identificación inequívoca de los artículos comerciales en todo el mundo. Sus estructuras numéricas son las siguientes: EAN-8, EAN-13, UCC-12, y EAN-14 (DUN-14).<sup>40</sup>

En éste caso utilizaremos el sistema EAN-8: el cual es una estructura restringida a productos pequeños. Está compuesta por ocho caracteres numéricos y consta, de izquierda a derecha, de un prefijo de país, una referencia de artículo y un dígito verificador.



#### 4.3 Distribución Física Internacional del Producto.

La distribución física de mercancías es en realidad todo un sistema que involucra una serie de fases, que van desde el envase del producto en una caja o contenedor, hasta colocarlo en el anaquel donde estará al alcance del consumidor final para su adquisición.

La distribución de mercancías, es en sí un sistema logístico, que implica además costos, no sólo de transportación, sino de almacenaje, estiba y desestiba, trámites administrativos en aduanas de salida y entrada del producto, seguros y fletes, dependiendo de la cotización internacional o el INCOTERM establecido con el comprador, de gastos relacionados con los porcentajes establecidos para distribuidores mayoristas, medio mayoristas y al menudeo) o para agentes de venta, que son parte de la cadena de distribución física internacional.

Conviene determinar muy claramente los costos de distribución en la cotización internacional que se formule al potencial importador. De igual importancia es proporcionar toda la información necesaria, así como las instrucciones precisas y adecuadas, para que cada uno de los agentes que intervienen en el proceso de distribución del producto, sepa que hacer y no caiga en errores, que pueden resultar muy costosos.

La distribución física está íntimamente ligada al envase, por lo que es conveniente revisar la serie de pasos que ya se describieron en el apartado anterior y tomarlos en cuenta cuando se van a enviar las mercancías al importador.

---

<sup>40</sup> <http://www.amece.org.mx/amece/>

#### 4.3.1 Empaque

Debido a que el amaranto reventado, es un producto industrial, es decir no contiene ningún químico y por su composición es suelto, no es necesario un empaque, pues este se comercializara solo con el embalaje adecuado en la unidad de medida Kg. (kilogramo), de acuerdo a lo dispuesto en la NOM-008.

#### 4.3.2 Embalaje

Los costales grandes para transporte o para trabajo pesado se denominan sacos. Los cuatro tipos básicos son los siguientes:

1. De apertura automática. Este tipo de costal puede abrirse con un rápido tirón, está hecha con fuelles laterales y un fondo cuadrado, lo que le permite quedar parada cuando está vacía.

2. Fondo de mochila. Es una costal de papel o plástico que, cuando se llena, presenta un fondo plano.

3. Plano. Es de construcción sencilla sin fuelles.

4. Cuadrado. Presenta un fondo doblado y fuelles en los laterales, con el fin de reducir el ancho cuando este cerrado, pero sin reducir la capacidad.

El tipo de embalaje que se utilizara para el amaranto es el denominado Costal fondo de mochila, el cual esta hecho de a base de material flexible, abierto en un extremo por el cual se llena. Puede fabricarse de una capa o de capas múltiples de materiales similares o por combinación de materiales diferentes, por ejemplo: papel, hoja de aluminio, textiles o películas plásticas.

El costal de manta plastificado contendrá 38kg de 50x70 cm, ordenado de uno en uno en forma de filas, con una estiba de 4 costales, resultándonos de esta manera nuestro embalaje cómodo para su estiba, barato y práctico.

El tipo de embalaje a utilizar para el amaranto reventado nos permitirá:

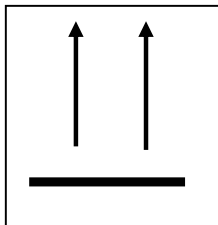
- El poder adaptarlo de mejor manera de acuerdo al tipo de transporte que vamos a utilizar.
- Permitir la conservación del producto.
- Facilitar la separación por kg.

#### 4.3.3. Norma Oficial Mexicana NOM-EE-59-1979

Esta Norma establece las especificaciones de calidad que deberán tener los costales y establece lo siguiente:

- El texto básico de precaución puede aparecer abajo del símbolo, en el idioma del país de origen o en el del país de destino.

- Los símbolos deberán estar preferentemente pintados de color negro y no es necesario que estén enmarcados por líneas de contorno.



Este lado hacia arriba  
Preferentemente deberá encontrarse en las dos esquinas superiores | y puede estar repetidamente en otras caras verticales



Manténgase Seco

Especificaciones de calidad que contendrán los costales



#### 4.3.4. Distribución por Venta Directa

La forma de distribución que elegimos fue la Venta Directa, ya que ésta representa la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente, mediante el contacto personal con nuestro comprador.

Para nosotros el poder desarrollar un sistema de Venta Directa no es una tarea fácil, pero tampoco imposible, hay cientos de variables a tener en cuenta para implementarlo con éxito y cada una de estas variables deben estar comprometidas estratégicamente con las demás para que se pueda lograr un resultado satisfactorio

Algunos de los puntos que tomamos en cuenta para la elección de éste tipo de comercialización fueron los siguientes:

- Contar con un producto o servicio que acepte éste tipo de comercialización.
- Contar con un precio y calidad que nadie mas le pueda ofrecer a nuestro cliente.
- Definir un idioma claro con nuestro contacto.
- Presencia de nuestra empresa ante cualquier problema.

Nuestro contacto en el mercado extranjero es el siguiente:

Oportunidad Localizada por medio de BANCOMEXT

Empresa: Tzoali Amaranth  
Establecida: 2001  
Ventas: 1 mdd  
Lugar: Farmers Branch, Texas  
Contacto: Araceli Estrada

#### 4.3.5. Selección del Medio de Transporte

El medio de transporte que se selecciono para la transportación del amaranto de acuerdo a las características específicas del producto es terrestre.

Las características con las que deben cumplir los trailers para la protección del amaranto son las siguientes:

- Caja, de 100-1/4 de ancho interior,
- Paneles interiores de acero galvanizado prepintado,
- Capacidad de carga de 30 toneladas y una estructura de postes laterales
- Limpieza interior ideal y que reduce considerablemente el costo de mantenimiento, porque evita el reemplazo de los triplays de madera, al tiempo que su base de postes laterales elimina el abombamiento que suelen tener con el uso los costales.

##### 4.3.5.1 Documentos

1. Conocimiento de embarque. Documento de recepción de la carga, contrato de transporte entre el transportista y el exportador.

2.- Documentos de transferencia entre transportistas. Transfiere responsabilidades entre diferentes transportistas en la cadena de transporte y en particular entre los servicios domésticos y los internacionales.

3.- Instrucciones de entrega. Proporciona instrucciones específicas de entrega entre transportistas, en particular en el segmento doméstico del país importador.

4.- Carta de transmisión. Lista de particularidades del envío con una relación de los documentos que se transmiten junto con instrucciones para su disposición.

- 5.- Declaración de exportación. Utilizado para fines estadísticos de las autoridades del comercio y a veces para realizar retenciones de divisas por las autoridades hacendarías.
- 6.- Carta de crédito. Documento financiero que garantiza el pago del importador al exportador.
- 7.-Factura comercial. Factura de los productos del exportador al importador.
- 8.- Factura consular. Utilizada para identificar los productos y certificar el origen de los productos que se usa también para determinar los aranceles de aduana del país de destino. En este último caso, puede ser equivalente al certificado de origen.
- 9.- Certificado de seguros. Especifica las condiciones de aplicación de seguros, sus costos y quién los ha pagado.
- 10.- Notificación de llegada. Informa al importador del tiempo estimado de llegada del envío y de algunos detalles del transporte.
- 11.- Declaración para la aduana. Conjunto de documentos que describen la mercancía, su origen, quién detenta el título de propiedad, así como los aranceles a pagar según el código vigente en el país del importador.
- 13.- Pedimento de importación/factura de aduana. Certifica que han sido pagados los aranceles
- 14.- Liberación de carga. Certifica que han sido pagados los fletes del transporte hasta la aduana de destino.
- 15.- Nota de entrega. Autorización del importador al transportista internacional con instrucciones de entrega al transportista doméstico.<sup>41</sup>

#### 4.3.6. INCOTERM

DAF (Delivered At Frontier) - Entregadas en Frontera (lugar convenido). El INCOTERM seleccionado es DAF ya que significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía despachada en la aduana para la exportación en el punto y lugar convenidos de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país comprador.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre.

#### Obligaciones del Vendedor

---

<sup>41</sup> Listado de documentación tomado de la nota técnica "Logística; Una Visión Sistemática", del Dr. Juan Pablo Antún editada por Bancomext

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)(parcial).
- Seguro (parcial).

#### Obligaciones del Comprador

- Pagos de la mercancía.
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación) (parcial).
- Seguro (parcial).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes ).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

#### 4.4. Conclusion

Uno de los capítulos de mayor importancia que hemos considerado es este, por que aquí mostramos todos los documentos que se necesitan para exportar y los documentos que piden en el país importador.

Cabe señalar que todos los procesos y tramites aduaneros dentro del marco del TLCAN son similares, pero para el caso de alimentos procesados debemos de iniciar con una serie de documentos que consideramos que son importantes, estos documentos los mencionamos en este capitulo como parte teórica, sin embargo en el siguiente capitulo se mostraran ya con la información capturada.

El certificado de origen, la Fracción arancelaria, la etiqueta, el código de barras, el empaque, INCOTERM y medio de transporte son parte esencial de una exportación y son los documentos que pide el importador, así que debemos de tomar en cuenta estos puntos, por que son de vital importancia y sin ellos pues retrasaría el proceso de exportación.

## **CAPITULO V**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

Las empresas que se dedican a comercializar el amaranto en sus diversas presentaciones a nivel local y nacional están buscando la manera de incrementar sus ventas en un mercado más amplio y con clientes que demanden nuestro producto, debido a esto y con el apoyo del TLCAN se ha decidido comercializar el producto en el mercado extranjero.

El vender un producto en el mercado extranjero implica realizar estrategias que lleven al producto para que tenga éxito y pueda ser aceptado y comercializado en el país-estado meta.

La comercialización de este producto conlleva a conquistar nuevos mercados y obtener nuevos clientes que demandaran y aceptaran nuestro producto y ya no solo se dependerá del mercado local, si no que tendremos nuevas alternativas para obtener ingresos y abrir otras puertas de comercialización.

El propósito fundamental de exportar este producto a Houston, Texas, fue el de apoyar a la empresa “El Pavo Real” y a sus colaboradores a obtener mayores ingresos, comercializarlo y a incursionar en este nuevo mercado, posteriormente en un futuro no muy lejano se pretende comercializarlo en otros mercados internacionales.

### 5.1. Historia de la empresa “El Pavo Real S. P. De R. L.”

Esta empresa no tienen una historia escrita y bien definida, esta información la obtuvimos de la plática que se tuvo con el director de la sociedad Marco Antonio Bravo quien es uno de los integrantes de la familia Bravo, esta información que continuación les presentamos fue lo que el nos comento y que es hasta donde tiene conocimiento

Esta empresa fue constituida en 1950 por la familia Bravo con 4 integrantes quienes se esforzaron para sembrar y comercializar la semilla de amaranto.

Al iniciar actividades la empresa solo comercializaba lo que era la semilla de amaranto, el amaranto reventado y miel, ya que no contaban con maquinaria para producir cierta cantidad y solo estaban limitados a lo que podían producir.

Nos comenta la familia Bravo que con el tiempo se han ido agregando productores a esta empresa ya que en aquellos tiempos este producto no era tan demandado y solo había pocos productores que comercializan este producto, y los pocos clientes que existían ya tenían preferencia por dicha marca.

Alrededor de 1970 la familia compro su segundo tostador para amaranto con mayor capacidad ya que en esos tiempos la empresa estuvo produciendo un mayor cantidad de semilla para tostar y con la maquina que tenían anteriormente no era suficiente.

La empresa que tiene el nombre “El Pavo Real” esta bajo el régimen de Sociedad Productora de Responsabilidad Limitada (S. P. De R. L) y esta constituida por 7 productores y se encuentran ubicados en la delación Xochimilco y es 100% mexicana con una producción mensual de 10 toneladas y es la cuarta empresa productora del Distrito Federal.

Esta empresa tiene ventas anuales que van de \$1,000,000.00 hasta los \$3,886,800.00, pero eso depende de la demanda del mercado y que el producto sea aceptado, nos comenta el señor Marco Antonio que ahora las familias de esta región ha empezado a producir y comercializar el amaranto y eso les ha quitado ganancias y clientes, y que una de las

opciones que tienen pensado es venderlo en los estados de la república pero que no lo han hecho ya que el apoyo que reciben del gobierno como es participación en ferias locales, micro créditos y publicación en revistas delegacionales es muy poco y que han pensado venderlo en el extranjero.

El Pavo Real vende sus productos en dos formas: su personal de ventas ofrece el producto en tiendas naturistas, ferias, tienditas de la esquina, supermercados (en este caso no le colocan su marca), plazas, y la otra forma es que cuentan con clientes mayoristas que compran el amaranto en forma de cereal y ellos lo transforman y le colocan su marca.

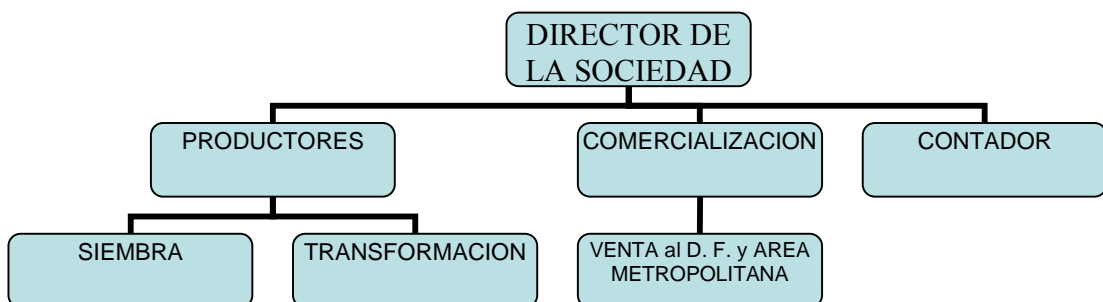
Hoy en día esta empresa produce y comercializa diferentes productos como los son: harina de amaranto, alegrías, palanquetas, cereal, miel, frutas secas, pepitorias y un sin fin de productos, cuenta con 24 personas que se encargan desde sembrar, manufacturar y comercializar los productos que antes mencionamos.

La empresa se encuentra ubicada en la siguiente dirección:

Tomas Elena Mz. 19 Lt. 11 Tulyehualco, Xochimilco  
Distrito Federal  
TEL. 21-61-45-17 y 21-61-18-21  
Marco Antonio Bravo o Dora Elba de la Rosa

## 5.2. Constitución de la empresa

El señor Marco Antonio Bravo nos indicó que la sociedad o la empresa está constituida de la siguiente manera:



A continuación explicaremos brevemente las funciones de cada uno de los puestos que tiene esta empresa:

Director de la Sociedad. Es el encargado de vigilar y supervisar personalmente que todas las funciones de la asociación se desarrollen de una forma adecuada y eficiente para su mejor funcionamiento y mayor rentabilidad.

Productores. Se encargan que la producción cuente con todos los insumos y detalles que hagan falta para llevar a cabo las actividades de siembra y transformación del producto; este último en los lugares donde tienen instaladas todas sus herramientas para los procesos que conlleva el amaranto y sus diferentes presentaciones.

Comercialización. Por así llamar a este departamento; en realidad su función es la de estar al pendiente de todas las ventas que hace la asociación y estar en contacto con sus clientes tanto del DF como del área metropolitana.

Contador. Es la persona cuyo fin es llevar al día toda la contabilidad de la empresa; así como nomina y asuntos legales.

### 5.3. Misión

Garantizar a nuestros clientes y consumidores la calidad e higiene de los diversos productos que produce y comercializa la empresa a través de certificados de calidad y mejora continua en los procesos de transformación del producto, contando con un equipo de trabajo estructurado, definido, capacitado, eficiente y especializado.

### 5.4. Visión

Ser la asociación de productores y comercializadores de amaranto más importante del DF y así poder colocarnos entre unas de las asociaciones más importantes a nivel nacional y exportar nuestros productos a nivel internacional.

### 5.5. Objetivos

La empresa El Pavo Real cuenta únicamente con tres objetivos y ha sido determinado por la S. P. R. De R. L.

- Desarrollar mecanismos de capacitación, para que las personas que integran la asociación de productores de amaranto incrementen su capacidad de transformación y comercialización del producto.
- Crear, desarrollar y elaborar más y mejores productos y garantizar la calidad de los mismos.
- Incrementar las ventas y obtener nuevos clientes.

### 5.6. Producto y/o Servicio a vender al mercado extranjero

Amaranto Reventado (cereal)

### 5.7 Fracción Arancelaria

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2000)
--

Annotated for Statistical Reporting Purposes						
Heading/ Subheading	Stat. Suffix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		2
				1 General	Special	
19		Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.				
1904		Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina, grañones y sémola), precocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte.				
190410		Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.	Kg.			
19041001		Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado.	Kg.	1.10%	free (MX)	20%

#### 5.7.1. Ventajas del Producto (Amaranto Reventado)

- ❖ Alto en fibra dietética, calcio, hierro, vitamina C y complejo B y es alto en grasas poliinsaturadas.
- ❖ Es un producto que se puede manufacturar para darle diversos usos.
- ❖ Representa valores nutritivos muy importantes para la alimentación humana.
- ❖ El valor químico del amaranto es superior a los cinco alimentos de mayor consumo a nivel mundial como son: maíz, trigo, frijol, cacahuete y leche de vaca.

#### 5.8. DAFO del producto en México

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
El mercado del amaranto se encuentra restringido a selecto grupo de consumidores.  Existe en el mercado un gran número de competidores.	Diversos estudios de nutrición revelan que el número de personas interesadas en consumir productos alimenticios de origen natural y con un alto nutrimental, es cada vez mayor, lo que representa un mercado potencial.

<p>Según datos de la Secretaría de Salud, las tendencias de consumo en México, no favorecen la adquisición por parte de la población, de alimentos de origen natural como el amaranto y sus derivados.</p> <p>Existe temor e incertidumbre por parte de los intermediarios para invertir en un producto poco conocido, además de que las condiciones bajo las cuales aceptan comercializar estos productos son muy estrictas y poco benéficas para los productores.</p>	<p>El mercado para los productos de amaranto, puede expandirse a sitios y comercios en los que aún no se han tratado de comercializar.</p> <p>Es considerado como el alimento del futuro según la NASA</p> <p>Existen tratados de libre comercio para poder comercializar el producto en otro país,</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<p>Los procesos de producción son lentos debido a la falta de tecnología novedosa aplicable a la industrialización del amaranto.</p> <p>La capacidad de producción resulta insuficiente para impulsar su industrialización a gran escala.</p> <p>No se cuenta con una distribución adecuada, debido a la falta de sitios en donde se puedan adquirir estos productos.</p> <p>Los productos que ofrece carecen de una imagen atractiva, lo que puede influir directamente la identificación y aceptación de los mismos por parte de los consumidores.</p> <p>Las ventas locales ya no son suficientes debido al gran número de competidores del producto.</p>	<p>La semilla de amaranto puede cultivarse bajo cualquier condición climática sin que se vean alteradas sus propiedades nutricionales.</p> <p>Los costos de inversión para el cultivo y producción del amaranto son relativamente bajos.</p> <p>Tanto la semilla del amaranto como los productos elaborados a partir de ella, pueden ser utilizados de diversas formas.</p> <p>Es una empresa 100% mexicana.</p> <p>El personal que labora para la empresa está capacitado y altamente comprometido con su trabajo.</p>

#### 5.8.1. DAFO del producto en Houston, Texas

<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Los mercados mundiales pueden ofrecer precios inferiores al nuestro.</p> <p>El mercado chino esta creciendo en todos los sectores.</p>	<p>Estrecha relación económica y cultural con México.</p> <p>Es una de las tres ciudades más grandes de USA.</p>

	Tiene el 32% de hispanos. Es el No. 1 en comercio con México. Estado ideal para realizar negocios.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
Contamos con un solo comprador. El mercado extranjero no conoce los beneficios del producto. Vamos a comercializar el producto sin nuestra marca.	El amaranto reventado es conocido por los México americanos. Los hispanos gastan más en comida.

A través del análisis realizado, el equipo de trabajo concluyo que los principales problemas que enfrenta la empresa en la actualidad son:

- Sus productos no son identificados por los consumidores, debido a que carecen de una imagen adecuada.
- No hay una buena distribución del producto.
- Existen pocos consumidores de productos de amaranto en comparación con el número de competidores y por lo mismo son pocas las ganancias para la empresa.
- No existe un posicionamiento y diferenciación de los productos que ofrece la empresa.

#### 5.8.2. Problemática a resolver

La empresa “El Pavo Real” debe considerar seriamente la posibilidad de realizar cambios en la imagen de sus productos, sobre todo en aspectos tales como la etiqueta.

Y la otra que consideramos más importante es que las ventas locales ya no son suficientes, es por eso que la empresa ha decidido incursionar en el mercado extranjero para comercializar su producto.

#### 5.9. Precio x kilogramo y tonelada

\$32.39 Kg. (2.20462 lb.)  
\$23,390.00 ton (2,204.62 lb.)

Un dólar se encuentra convertido en moneda nacional a \$10.75 pesos mexicanos, entonces el precio del Kg. / libras de amaranto reventado en dólares sería el siguiente:  
3.01 usd x cada kilo de amaranto reventado = 3.01 usd (2.20462 libras)

#### 5.10. Publicidad

La empresa El Pavo Real, en cuanto a publicidad se refiere cuenta únicamente con el logo de su etiqueta que viene impreso en todos y cada uno de sus productos; ya se en las bolsas y sacos de amaranto reventado como en sus diferentes productos: palanquetas, harina de amaranto y cereal.

Esto se debe a que es una pequeña empresa y aun no cuenta con una gran infraestructura.

En este caso el comprador quiere que le vendamos el producto como marca libre, esto quiere decir que no quiere que coloquemos nuestra marca, por tal motivo únicamente los sacos que contienen el amaranto solo llevaran impreso el código de barras, que es indispensable y obligatorio para todos los productos que se van a exportar, la información nutrimental, las marcas de manejo, de donde proviene, el peso y numero de saco.

#### 5.11. Promoción

Esta empresa solo participa en ferias nacionales como la feria del amaranto que se realiza cada año en la delegación Xochimilco y en exposiciones que realizan escuelas e instituciones como los son CANACYNTRA, EXPO PYMES, y aun no han tenido la oportunidad de participar en la expo alimentos, alimentaría, que son eventos en donde pueden dar a conocer el producto.

#### 5.12. Identificación de la competencia nacional

La competencia que tiene este producto va desde competencia nacional, como internacional; ya que por los beneficios que tiene este producto, además de su resistencia y adaptabilidad a diferentes climas es fácil conseguir buenos resultados en cuanto a cosecha aunque no siempre los mejores

A continuación se presentan las empresas a nivel nacional que comercializan este producto a nivel nacional:

MARCA EMPRESA	Y	VARIEDAD DE PRODUCTOS	CONTENIDO	PRECIO
"Arantto" Grupo Agroindustrial de Alimentos Mexicanos, S. A. De C. V.		<b>Barra de Alegría</b> en tres presentaciones: <u>Natural</u> <u>Decorada</u> (pasas, nuez y pepitas) <u>Chocolate</u>	75 y 150 gr.	<b>Barra de Alegría</b> 75 gr. (natural y decorada) \$5.00 - \$8.00
			75 gr. Barra de Chocolate	\$9.00 - \$12.00 \$11.00 - \$14.00
			150 gr. (natural y decorada)	<b>Cereal</b> \$11.00 - \$14.00
			<b>Granola de Amaranto</b>	250 gr.

<b>“TEHUTLI AMARANTO”</b>  Olivarera Tulyehualco, S. A. De C. V.	<b>Barra de Alegría,</b> decorada con pasas, nuez y pepita.	75 gr. y 150 gr.	\$7.00 - \$8.00 \$13.00 - \$14.00	
	<b>Cereal</b>	250 gr.	\$14.00 - \$15.00	
	<b>Mazapanes</b>	Paquete c/10 pzas.	\$23.00	
<b>“La Malitzin”</b>  <b>La Malitzin.</b>	<b>Barra de Alegría</b> <b>Decorada</b>	120 gr.	\$5.00 - \$6.00	
	<b>Paquete de barra</b> <b>mixta (chocolate</b> <b>y decorada)</b>	130 gr. (3 pzas.)	\$9.00 - \$10.00	
	<b>Paquete de barra</b> <b>de chocolate</b>	180 gr. (3 pzas.)	\$9.00 - \$10.00	
	<b>Cuadritos de</b> <b>Amaranto con</b> <b>miel</b>	100 gr.	\$5.00 - \$6.00	
	<b>Granola</b>	250 gr.	\$12.00 - \$13.00	
	<b>Cereal</b>	250 gr.	\$10.00	
<b>“Pro – Amaranto”</b>  Pro- Amaranto, S. P. R.	<b>Barra de Alegría</b>	75 gr. y 150 gr.	\$2.50 \$7.00	
	<b>Barra Choco-</b> <b>amaranto</b> (7 sabores)	35 – 40 gr.	\$2.20 pza.	
	<b>Cereal</b>	250 gr.	\$4.50	
	<b>Granola</b>	500 gr.	\$15.00	
	<b>Galletas</b>	Jumbo (4 pzas.) Chica 1 kg.	\$7.00 \$32.00	
	<b>Choco-hojuelas</b>	Paquete c/10 pzas.	\$25.00	
	<b>Pepitorias</b>	Paquete con 5 pzas. Chico: 100 gr.	\$5.00 \$2.60	

	<b>Panques</b>	Grande: 1 Kg.	\$26.00
--	----------------	---------------	---------

### 5.13. Segmento de mercado

Para el producto a exportar lo podemos clasificar en tres grupos de mercado ya que aunque solo se va a exportar amaranto reventado a un solo mayorista, el equipo tiene contemplados otros dos segmentos de mercado.

Algunos de los nichos que se podrían usar de acuerdo a la investigación de mercado realizada serian los siguientes:

1. Para empresas de manufactura de alimentos procesados para el consumo humano.
2. Para empresas productoras de alimento para animales:
3. Consumidores Finales
  - Hombres y mujeres de 15 a 60 años.
  - México-americanos.
  - Que vivan en Houston.
  - Que se preocupen por una buena alimentación y cuiden su cuerpo.
  - Con poder adquisitivo de compra.
  - Que se preocupen por su salud.
  - Que gusten de productores naturales.

### 5.14. Estudio de Mercado

La función principal de esta investigación tiene como objetivo conocer si el mexicano americano y los estadounidenses conocen el amaranto, su valor nutricional y si estarían dispuestos a comprar este producto.

Para poder realizar esta investigación y poder determinar si Estados Unidos es un país que esta interesado en consumir productos naturales como es el amaranto, nos dimos a la tarea de realizar una pequeña investigación de mercado con apoyo de BANCOMEXT y la Secretaria de Economía.

Al final de este capitulo se muestran los resultados obtenidos de dicha encuesta.

### 5.15. Aspectos legales a considerar en materia de comercio exterior

Para poder exportar el amaranto reventado existen diferentes aspectos jurídicos con los cuales tiene que cumplir la empresa así como disposiciones legales.

Una de ellas es la Ley de Comercio Exterior en la cual se determinara los aranceles aplicados al producto que en este caso esta exento, la NOM y también nos ayudara a

determinara si existen discriminación de precio de nuestro producto en el país importador y estará regidas por la Secretaria de Economía.

Nos apoyaremos en la Ley aduanera y en el agente aduanal para poder ver los impuestos a la exportación y el pago de los mismos, así como la entrada y control de la mercancía en la aduana y estará apoyada por la Secretaria de Hacienda y Crédito Publico.

El equipo ha considerado tomar en cuenta las siguientes leyes:

Ley del Impuesto General de Importaciones y Exportaciones.

Ley del IVA.

Ley del ISR.

Ley Federal de Derechos.

Código Fiscal de la Federación.

#### 5.16. Impuestos a la exportación

La ley aduanera en su articulo 95 dispone que por las exportaciones sujetas al régimen definitivo deberá cubrirse el impuesto general de exportación /IGE), en el caso de las exportaciones a los Estados Unidos estas se encuentran libre de arancel derivado del TLCAN.

#### 5.17. Tramites para exportar

A continuación se mencionan todos los documentos aduanales en México necesarios para llevar acabo al exportación y al final de este capitulo se muestran los documentos elaborados.

- ❖ R. F. C.
- ❖ Pedimento de Exportación.
- ❖ Factura comercial.
- ❖ Certificado de Origen
- ❖ Lista de empaque.
- ❖ Aviso de apertura o funcionamiento.
- ❖ Solicitud de certificado para exportar (buenas practicas sanitarias).
- ❖ Solicitud de certificado para exportar (libre de venta).
- ❖ Certificado fitosanitario internacional

#### 5.18. Norma Oficial Mexicana

Hoy en día existen normas que deben cumplir los países que ofrecen sus productos; como son las NOM'S que son reguladas por la ley federal de metrologia y normalización, la norma que le corresponde a nuestro producto como se menciona en el capitulo 4 es la siguiente:

NOM-008. Esta NOM especifica la construcción de la empresa y equipamiento de la misma.

#### 5.19. Transporte

Como ya se menciona en el capítulo anterior el medio de transporte que se selecciono para la transportación del amaranto de acuerdo a las características específicas del producto es terrestre y en trailer

Las características con las que deben cumplir los trailers para la protección del amaranto son las siguientes:

- ❖ Caja, de 53'-1/4 de ancho interior,
- ❖ Paneles interiores de acero galvanizado prepintado,
- ❖ Capacidad de carga de 20 toneladas.
- ❖ Limpieza interior ideal y que reduce considerablemente el costo de mantenimiento, porque evita el reemplazo de los triplays de madera, al tiempo que su base de postes laterales elimina el abombamiento que suelen tener con el uso los costales.

La empresa que se encargara de realizar el transporte y la logística es la siguiente:

P & K Logistic S. A. de C. V.

Se encuentra ubicada en México, D. F., Col. Las Águilas, calle alcanfores #49, despacho 7  
Tel. (5255) 47 77 05 34 al 37  
Fax. (5255) 56 51 67 10  
Contacto Jorge Kuri, [jorge@pandklogistic.com](mailto:jorge@pandklogistic.com)

Esta empresa se encuentra certificada por la secretaria de salud, ya que sus contenedores para transportar se encuentran libres de cualquier bacteria que pueda afectar a este tipo de mercancías, ya que están sanitizados previamente y en cada embarque se realiza una inspección por parte de la empresa.

Esta empresa se encargara de transportar la mercancía hasta el lugar acordado, se encargara de los trámites aduaneros y de recoger el producto en nuestra empresa.

##### 5.19.1 Costo del Transporte (+ el seguro)

El costo del transportes terrestres es de \$8,580.00 mxn + IVA, por esta ocasión el comprador solo necesita 4 toneladas de amaranto reventado con un valor de \$129,560.00 mxn + el seguro.

Seguro de mercancía: 1% sobre el valor declarado

\$1,295.60 mxn + IVA  
\$330.00 mxn x emisión de póliza

#### 5.19.2 Costo de los servicios aduanales y cruce de frontera

En la plática que sostuvimos con Jorge Kuri agente aduanal de la empresa transportista, nos cometo que ellos solo nos pide que le hagamos una carta de instrucciones o encomienda (esta es para dar de alta el agente aduanal al exportador y lo llenan ellos), factura comercial, lista de empaque, padrón de alimentos (SAGARPA), estos son los documentos que necesitan el exportador mexicano.

A continuación presentamos los montos por los servicios que nos proporcionara la empresa “P & K Logistic S. A. de C. V.”

Honorarios de todo gasto	\$3,750.00 mxn
Cruce	\$1,320.00 mxn
Costo del agente aduanal	\$1,980.00 mxn
Gastos comprobados	\$2,000.00 mxn
Transporte	\$8,580.00 mxn
Seguro	\$1,295.60 mxn
Emisión de póliza	\$330.00 mxn
<b>Total</b>	<b>\$19,255.60 mxn + IVA</b>

El lugar de partida seria el siguiente:

Origen: México, Distrito Federal (instalaciones de la empresa “El Pavo Real”)

El lugar del destino seria el siguiente:

Destino: Nuevo Laredo (Frontera)

Esta empresa nos comenta que para exportar el amaranto a Estados Unidos, se necesita lo siguiente:

Permiso de la F.D.A. en E. U. (este permiso lo debe tener el importador en E. U.)

NOTA:

El importador en Estados Unidos, o sea ellos tienen que tener el permiso de FDA, independiente de que en Laredo, Texas la FDA hace una inspección que manda muestra a laboratorio para ver que no este contaminado etc. Y en caso de estar contaminado lo destruyen.)

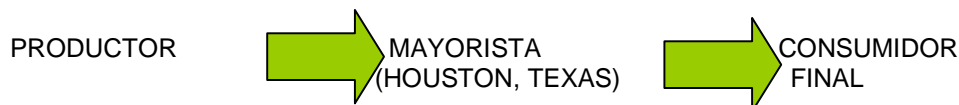
Registro de Importador (TAX ID)

Nombre de la Empresa Importadora en E. U.

## 5.20. Canal de Distribución

La forma de distribución que elegimos fue la Venta Directa, ya que ésta representa la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente, mediante el contacto personal con nuestro comprador.

El canal de distribución designado para este producto es:



Nuestro contacto en el mercado extranjero es el siguiente:

Oportunidad Localizada por medio de BANCOMEXT

Empresa: Tzoali Amaranth

Establecida: 2001

Ventas: 1 mdd

Lugar: Houston, Texas

Contacto: Araceli Estrada

Este contacto lo obtuvimos debido a una de las oportunidades comerciales que pública BANCOMEXT y será al que le venderemos nuestro producto.

Esta empresa se dedica a manufacturar productos alimenticios, es por eso que solo nos piden que les vendamos el producto en esa presentación, por que ellos quieren procesar el producto para darle otro tipo de usos.

## 5.21. Embalaje

El tipo de embalaje que se utilizara para el amaranto es el denominado Costal fondo de mochila, el cual esta hecho de a base de material flexible, abierto en un extremo por el cual se llena. Puede fabricarse de una capa o de capas múltiples de materiales similares o por combinación de materiales diferentes, por ejemplo: papel, hoja de aluminio, textiles o películas plásticas.

El costal de manta plastificado contendrá 38kg de 50x70 cm, ordenado de uno en uno en forma de filas, con una estiba de 4 costales, resultándonos de esta manera nuestro embalaje cómodo para su estiba, barato y práctico.

Puerto de Salida



## 5.22. INCOTERM

DAF (Delivered At Frontier) - Entregadas en Frontera (lugar convenido)

El INCOTERM seleccionado el DAF ya que significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía despachada en la aduana para la exportación en el punto y lugar convenidos de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país comprador.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre.

Utilizaremos este termino ya que así se lo requiere el comprador, el solo necesita que le entreguemos su mercancía en la frontera de Nuevo Laredo y el realizara las maniobras de descarga y carga del producto a su medio de transporte para que ellos lo lleven a su empresa.

Es por eso que estamos mencionando los costos del servicio del agente aduanal, por que la mercancía la vamos a entregar en territorio de Estados Unidos.

## 5.23. Análisis de los resultados de la investigación de mercado realizada

En esta parte del capitulo analizaremos todas las respuestas de las preguntas que se realizaron, ya que a través de este breve cuestionario obtendremos información que nos ayuden para tomar decisiones que nos ayuden a poder exportar el producto.

En esta primera parte del cuestionario mostraremos el cuestionario.  
En una segunda parte se mostraran los resultados de cada una de las preguntas.  
Y como parte final se dará una conclusión global de este cuestionario.

#### 5.24. Cuestionario

Sexo            Masculino\_\_            Femenino\_\_

Edad   16 a 20 años   20 a 25 años   26 a 30 años   31 a 35 años

Trabajas si \_\_\_ no \_\_\_

Ingresos anuales

20,000 a 25,000 usd

26,000 a 30,000 usd

31,000 a 35,000 usd

36,000 a 40,000 usd

1. ¿Preocupado por tu salud, degustas de los productos naturales?

Si

No

2. ¿Sabias que dentro de los productos 100% naturales se encuentra el amaranto?

Si

No

3. ¿Has consumido en alguna ocasión productos elaborados a base de amaranto?

Si

No

Si tu respuesta fue no, pasa al pregunta 7

4. ¿Con cuanta frecuencia consumes productos elaborados a base de amaranto?

a) Diario

b) 1 a 2 veces  
Por semana

c) 1 a 2 veces  
cada quince días

d) 1 a 2 veces  
por mes

5. ¿En que tipo de presentación has consumido el amaranto? Elige una

a) Barra de alegría

b) Reventado

c) Harinas

d) Galletas

e) Granola

f) Todas las anteriores

6. ¿Por cual de las siguientes razones acostumbras a consumir el amaranto?

a) Valor proteínico

b) Enfermedad

c) Bajar de peso

7. ¿Crees que el consumir productos de amaranto te generen algún beneficio?

Si

No

Porque

8. ¿Sabías que el valor nutricional del amaranto es mayor a los de la leche, la carne y el huevo y que además contiene ácido fólico?

Si

No

9. ¿Sabías que el amaranto cultivado y producido en México es de la más alta calidad y mayor contenido proteínico?

Si

No

10. ¿Cuál crees que sea la razón por la cual Estados Unidos demanda el amaranto reventado cultivado y producido en México? Elige una

- a) Precio      b) Valor proteínico      c) Sabor      d) Todas las anteriores

11. ¿Sabías que el amaranto reventado es utilizado en la actualidad como una fuente alimenticia que puede ser utilizada para mejorar la nutrición de la población de países en desarrollo como Estados Unidos?

Si

No

12. ¿Sabías que el amaranto reventado es el que se consume con mayor frecuencia en Estados Unidos por las diversas formas de preparación?

Si

No

13. ¿Es fácil la adquisición del amaranto reventado en el lugar donde vives?

Si

No

14. ¿Cuál de las siguientes menciones es la razón por la cual no consumes ocasionalmente amaranto reventado o por la cual definitivamente no los consumes?

- a) Precio      b) No hay un lugar Cercano donde adquirirlo      c) No te gusta      d) No sabías de su valor nutrimental

Si tu respuesta fue el inciso "c" finaliza el cuestionario

15. Ahora que sabes el contenido proteínico del amaranto, que siendo este reventado es de fácil consumo y preparación, ¿estarías dispuesto a comprarlo si se encuentra en un lugar cercano a tu comunidad?

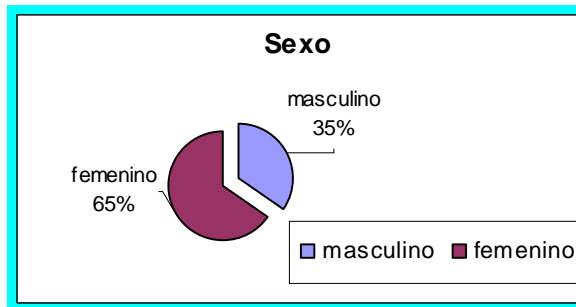
Si

No

Porque

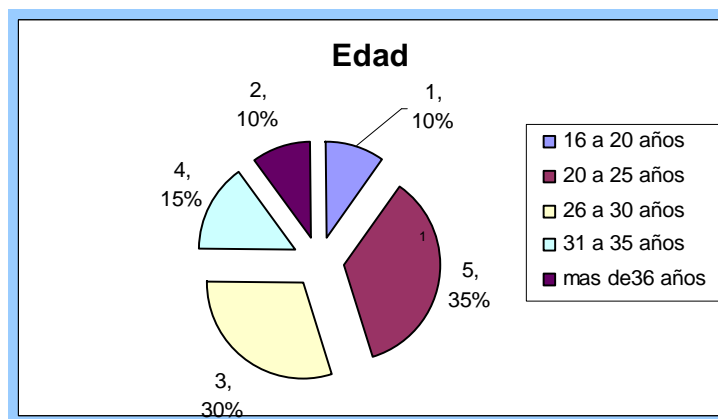
## 5.25. Graficas de Resultados

SEXO



La grafica anterior nos muestra claramente que en EUA como en la mayoría de los países son las mujeres quienes se preocupan mas por cuidar su alimentación y tener una buena salud, ya que en la encuesta realizada, se determino que un 65% de personas encuestadas que mostraron mas interés para contestar las preguntas fueron mujeres y solo 35% fueron hombres.

#### EDAD



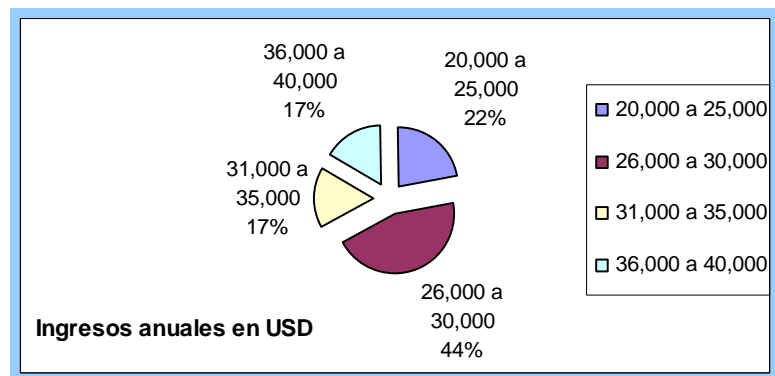
De acuerdo a los resultados que arrojo la encuesta se determino que el mercado mas especifico para este producto son personas de 26 s 30 años y personas de mas de 36 años; podemos intuir que estos resultados se deben a que por lo general las personas jóvenes pero maduras como lo muestra el primer segmento se preocupa por mantener una buena imagen, tanto en su trabajo como en su entorno social; en cuanto al segundo segmento se puede interpretar como las personas que además de preocuparse por lo ya mencionado se preocupan también por mantener una buena salud y estabilidad en su energía.

#### TRABAJA



En la encuesta realizada a México-americanos se determino que el 90% de las personas encuestadas trabajan y tiene un empleo estable.

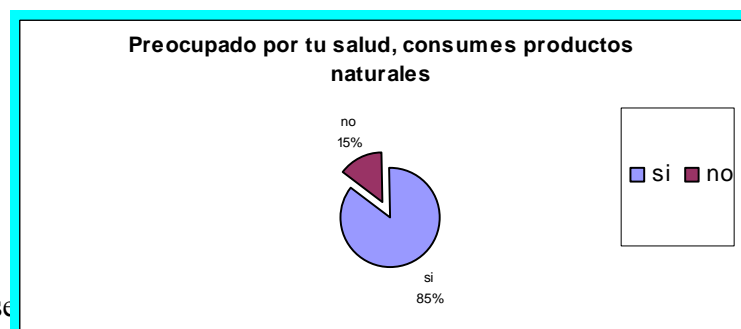
### INGRESOS



Es bien sabido que los ingresos en EUA son por mucho superiores a los de México y algunos otros países, en esta encuesta se detecto que el ingreso promedio de las personas encuestadas va de 26,000 a 30,000 USD por lo regular.

Este punto es un factor importante para nosotros, ya que las estadísticas nos indican que el México- americano tiene el poder adquisitivo para consumir nuestro producto.

### SALUD



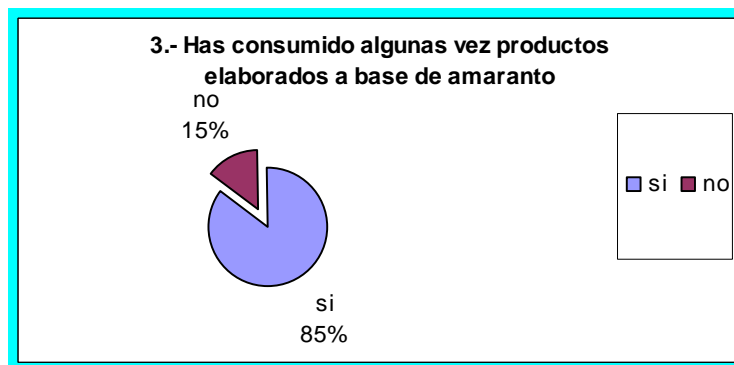
En cuanto a salud se muestran preocupadas e interesadas por cuidar su salud, consumiendo productos naturales que les ayuden a mantenerse saludables y con una buena presentación.

## AMARANTO 100% NATURAL



Esta pregunta es muy interesante ya que la mayoría de las personas encuestadas tenían conocimiento de lo natural que es el amaranto, para nosotros es un punto a favor ya que se demuestra que conocen el producto y de esta manera es mucho más fácil penetrar en el mercado y dar a conocer sus cualidades.

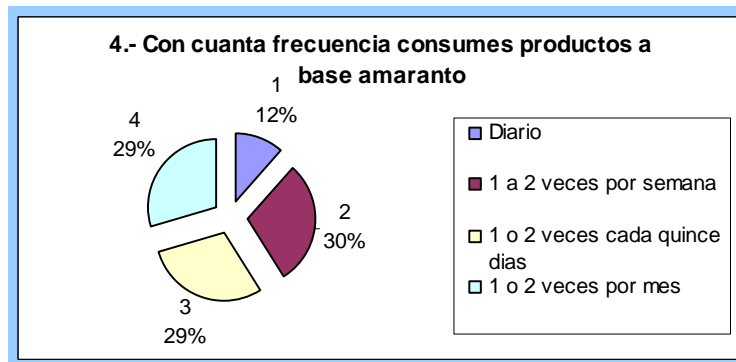
## CONSUMO DE AMARANTO



Otro punto a nuestro favor es que las personas a parte de conocer el producto lo ha consumido alguna vez lo que hace mucho más fácil que se interesen en el producto y por consiguiente lo consuman nuevamente o con mucha más frecuencia.

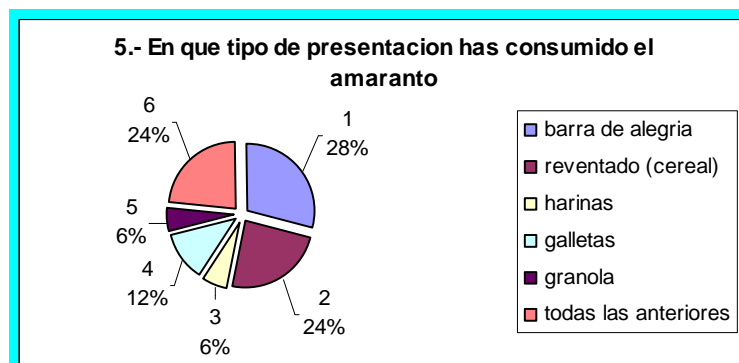
Esto se determino con un 85% de personas que conocen y han consumido el amaranto.

## FRECUENCIA DE CONSUMO



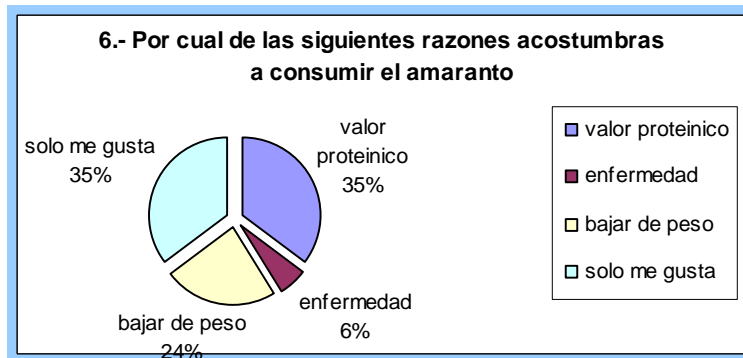
También se determinó que solo un 12% de México-americanos consumen a diario el amaranto y un 30% de la población consume el amaranto de una a dos veces por semana, situación que facilita aun más la penetración de mercado; mientras que por otra parte la mayoría de personas encuestadas lo consumen con menor número de frecuencia ya que solo lo consumen de una a dos veces cada quince días e inclusive de una a dos veces por mes, por lo cual nos dificulta un poco la tarea que es provocarles a los México-americanos el hábito de consumo del amaranto.

#### PRESENTACION DE AMARANTO



En la gráfica anterior se muestran las diferentes presentaciones de amaranto que conocen y por lo tanto que han consumido los México-americanos, en la cual también se aprecia claramente que una de las formas en que más lo consumen y lo conocen es como barritas de alegría y el clásico amaranto reventado; sin restarle importancia a las demás presentaciones que por lo menos alguna vez también lo han consumido y/o saben de su existencia como es harina, galletas y granola.

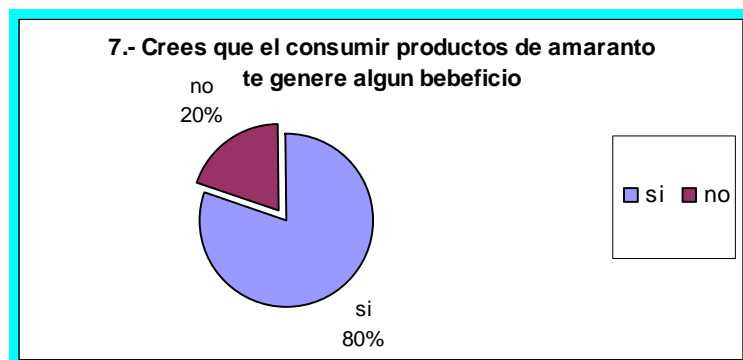
#### RAZONES POR LAS CUALES CONSUMEN AMARANTO



La encuesta arrojó resultados muy importantes para nosotros como lo es las diferentes razones por las cuales consumen amaranto los México-americanos este punto es fundamental para nosotros para saber nuestros puntos de apoyo y en cuales podemos penetrar con mayor facilidad.

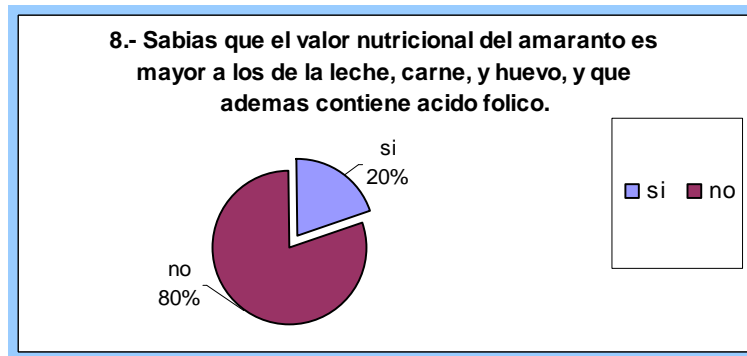
De acuerdo a la información obtenida se muestra que la mayoría de personas encuestadas consumen el amaranto además de gustarles, por el valor proteínico que este representa, tomando en cuenta que el otro y nada despreciable 24% lo hace por bajar de peso, mientras que solo el 6% lo consume por recomendaciones medicas y/o por alguna enfermedad.

¿BENEFICIAN LOS PRODUCTOS DE AMARANTO?



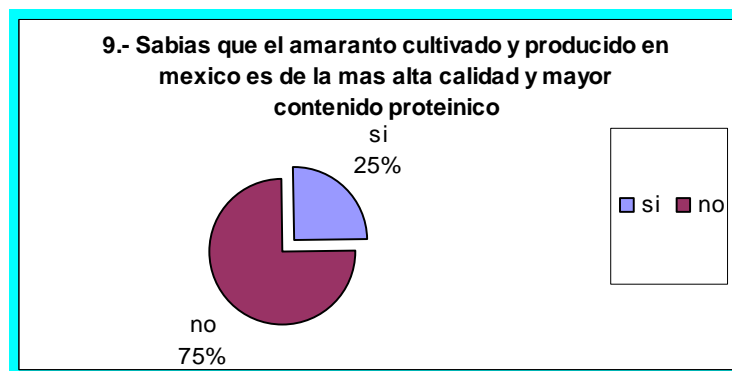
Es importante hacer mención que el 80% de personas encuestadas tienen conocimiento del amaranto y por ende de sus beneficios ya que al momento de realizar la encuesta las personas tenían conocimiento de los beneficios de este producto.

## VALOR NUTRICIONAL DEL AMARANTO



En esta pregunta en especial le resultado muy importante al equipo ya que a pesar de preguntar anteriormente a la s personas encuestadas si tenían conocimiento de los beneficios del amaranto y contestar ellas en su mayoría que si, con esta pregunta se descubrió que solo tienen una idea superficial del amaranto ya que se mostraron admiradas y no concientes de los mayores beneficios del amaranto como lo es su valor nutricional ya que es mayor que a los de la leche, carne y huevo; esto sin contar que además contiene acido fólico que es indispensable para las mujeres embarazadas.

#### AMARANTO DE LA MAS ALTA CALIDAD



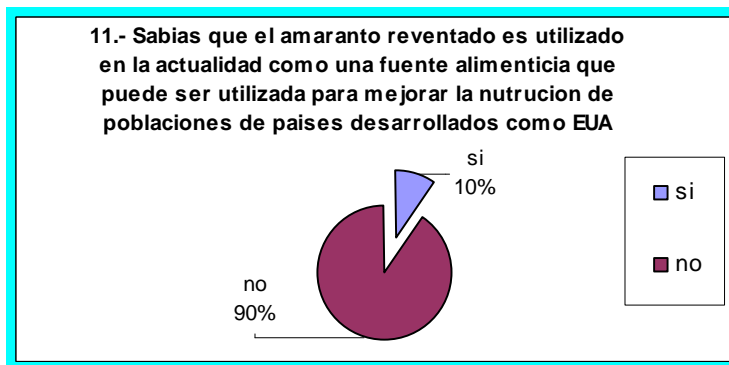
Esta pregunta demuestra una vez mas la poca información que se tiene sobre el amaranto, ya que todas las personas encuestadas solo el 25% de ellas contestaron afirmativamente a esta pregunta, comentando en su mayoría que sabían de la calidad del amaranto mexicano al verlo y/o al escucharlo en noticias en radio, televisión e Internet.

#### RAZON POR LA CUAL EUA DEMANDA AMARANTO MEXICANO



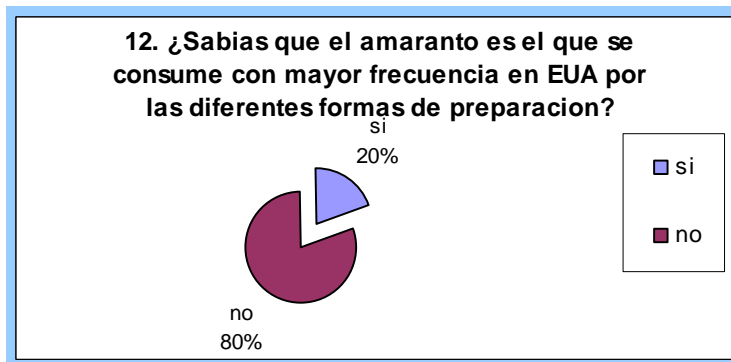
En la grafica anterior se muestra que la mayoría de las personas opinan que una de las principales razones por la cual EUA demanda amaranto mexicano y no de algún otro país es por los diferentes factores como son principalmente el precio, seguidos por su sabor y valor proteínico.

#### AMARANTO FUENTE ALIMENTICIA



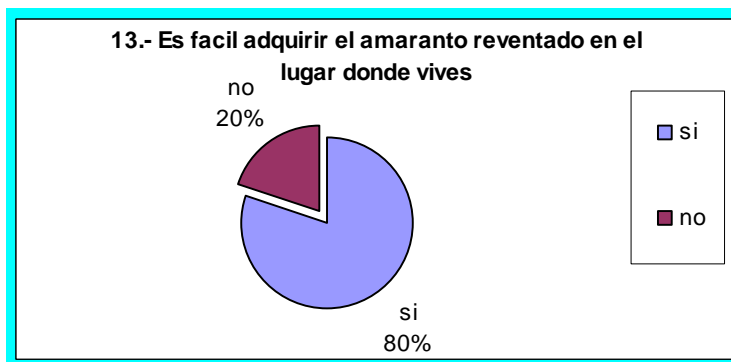
En esta pregunta como e la de valor nutricional se tiene por bien sabido que la mayoría de personas encuestadas no cuentan con una información bien sustentada de todos los beneficios con los cuenta el amaranto, al solo contestar afirmativamente a esta pregunta el 10% de las personas.

#### CONSUMO DE AMARANTO EN EUA



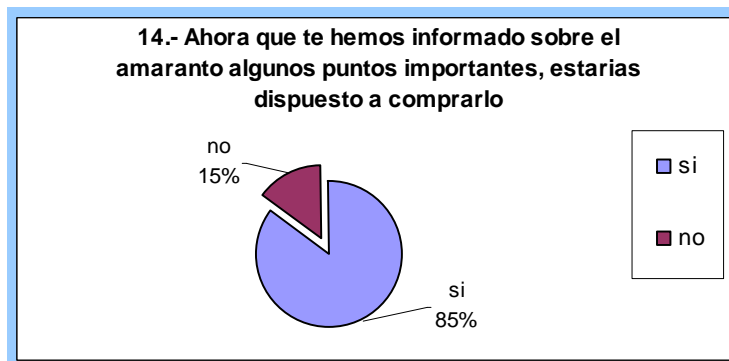
La mayor parte de personas encuestadas desconocen las diferentes formas de preparación del amaranto como ya se había mencionado en una de las primeras preguntas la mayoría de ellas solo conocen el amaranto en las tradicionales barritas de alegría y como cereal lo que viene siendo el amaranto reventado

#### ADQUISICION DE AMARANTO



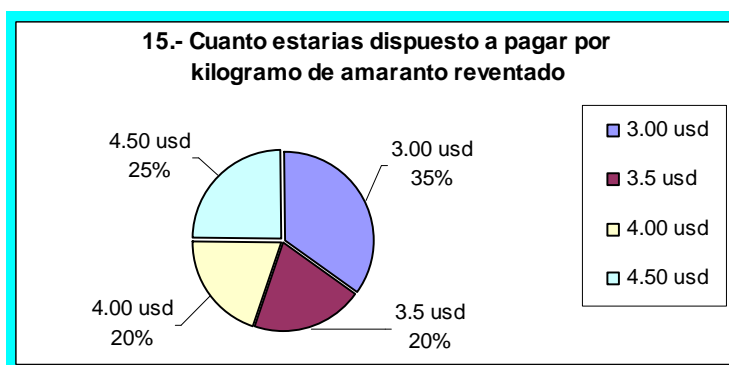
Para la mayoría de personas el adquirir el amaranto no representa ninguna dificultad ya que por lo accesible de su precio y además por la demanda que esta teniendo el amaranto el conseguirlo resulta realmente muy fácil, pues en estos tiempos la mayoría, o por lo menos una gran parte de las poblaciones se preocupan o se empiezan a preocupar por una buena alimentación lo que trae como consecuencia el que las industrias alimenticias tomen en cuenta productos alimenticios naturales 100% como lo es el amaranto y por ende su adquisición sea mucho mas fácil.

#### DISPOSICION DE COMPRA



Después de la información brindada a las personas encuestadas a través de este cuestionario el 85% de ellas mostraron un interés muy particular en el consumo de este producto, afirmando que estarían dispuestos a consumir este producto con más frecuencia por las diferentes ventajas que conlleva el consumo de amaranto.

#### DISPOSICION DE PAGO



La mayoría de personas encuestadas después de haber escuchado toda la información del amaranto y tener un mayor conocimiento sobre este producto como son todas sus ventajas y propiedades, al preguntarles cuanto estarían dispuestas a pagar por el mismo la gran mayoría no escatimo en lo que ofrecerían por su compra fundamentando que estaría dispuestos a pagar de 3.00 a 4.50 USD.

#### 5.26. Resultados de la Encuesta

Como conclusión los resultados que arroja la encuesta es que nuestro principal público objetivo serán mujeres trabajadoras de 20 años en adelante que se preocupan por mantener una buena salud e incrementar su energía con poder adquisitivo de compra que va desde 20,000usd en adelante, quienes consumen el amaranto de una a dos veces cada 15 días en presentaciones como son barritas de alegría y cereal (amaranto reventado), por las ventajas que este tiene, además de los beneficios que les aporta como son su valor proteínico, y el ácido fólico que contiene, pues es indispensable para las mujeres embarazadas y algunas otras lo ocuparán para bajar de peso.

Debido a su fácil obtención estas mujeres están dispuestas a pagar una cantidad que va desde 3.00 usd a 4.50 usd, en compensación con todos los beneficios que ellas obtienen de este producto.

### 5.27 Conclusión


Para nosotros el llegar a este capítulo fue una parte importante y emocionante, por que después de haber investigado con mucha gente, con fuentes bibliográficas, con maestros, con especialistas en comercio exterior y con compañeros del trabajo, nos damos cuenta que nos es difícil exportar, si no lo difícil es quererlo hacer.

En este capítulo aprendimos muchas cosas como el por que se creó esta empresa, por que decidieron exportar, identificamos las debilidades y fortalezas así como también las oportunidades y amenazas del producto tanto en nuestro país como en el mercado hacia donde queremos exportar.

El seleccionar el medio de transporte y poder tomar de una decisión no fue nada fácil por que había cosas que los proveedores nos ofrecían y que nosotros nos conocíamos, pero al final aprendimos que no es solo el que nos da el precio más barato, si no el que nos ofrezca un buen servicio con seguridad y calidad.

PEDIMENTO DE EXPORTACION

HOJA DE \_\_\_\_\_

FECHA DE PAGO <u>17/07/07</u> NO. PEDIMENTO <u>068017567538792</u> TIPO DE OPERACION <u>EXP</u> CLAVE PEDIMENTO <u>TA1</u> DOLAR ADUANA/SEC. <u>20/1</u> FACTOR MONEDA EXTRANJERA _____ FECHA PRESENT. <u>03/08/07</u> TRANSPORTE <u>7 PESO</u> 4 TONS RFC <u>EPRE010216VC9</u> PAIS COMPRADOR <u>MEX</u> DESTINO <u>USA</u> EXPORTADOR <u>EL PAVO REAL S.A. DE C.V.</u> DOMICILIO <u>TOMAS ELENA MZ. 19 LT. 11 COL. TULYEHUALCO</u> CIUDAD/EDO. <u>DISTRITO FEDERAL</u> CODIGO <u>09700</u> FACTURAS/FECHAS/FORMA DE FACTURACION/COMPRADOR/DOMICILIO _____  TAX No. _____ MARCAS, NUMERO, TOTAL DE BULTOS CONOCIMIENTOS/GUIA O VEHICULOS NOS. _____ V. ME \$ 129560.00 V.DLS. \$ 11996.29 USD VALOR COMERCIAL _____							SELLOS	
No. ORDEN	DESCRIPCION DE MERCANCIAS			PRECIO UNITARIO	COMERCIAL	TASA	FP	IMPUESTO
	19041001	4	14	32.39	129560.00			C6
	FRACCION CANTIDAD UNIDAD			CANT.TFA/U.M.T.				
	PERMISO(S) CLAVES/NUMEROS/FIRMA				DLS			
		CODIGO DE BARRAS 			CONTRIBUCIONES			
ACUSE DE RECIBO								
56894215								
OBSERVACIONES					TOTALES EFECTIVO _____ _____ _____ _____			
PATENTE, NOMBRE, RFC Y FIRMA DEL AGENTE O APODERADO ADUANAL					OTROS TOTAL _____ _____ _____ _____			

(DISTRIBUCION DE COPIAS Y COLORES SEGUN INSTRUCTIVO)

**FACTURA PRO FORMA**

Declaración del importador, en forma de factura, acerca del valor o del precio pagado

Por no tener una factura especial o comercial del vendedor o del transportista, solicito que acepte la declaración del valor o del precio pagado que, en forma de factura, se presenta a continuación:

Nombre y dirección del transportista P & K LOGISTICA  
 Nombre y dirección del vendedor EL PAVO REAL S.A. DE C.V. Tomas Elena mz.19 lt.11 Col- Tulyehualco  
 Nombre y dirección del consignatario -----  
 Nombre y dirección del comprador TZOALLAMARANTH Farmers Branch, Texas

He comprado esta mercancía. (No he comprado esta mercancía.) (He convenido en comprar esta mercancía.) (No he convenido en comprar esta mercancía.) Los precios (o en el caso de mercancías consignadas, los valores) que se expresan a continuación son verdaderos y correctos a mi leal saber y entender, y se basan en (marque con una X en qué se basa el precio o el valor):

- |   |  |
|---|--|
| (a) El precio pagado o convenido según pedido<br>fechado el <u>17/07/07</u>             | (e) El conocimiento del mercado en los Estados Unidos (si se trata del valor en los Estados Unidos) <u>X</u> |
| (b) El asesoramiento del exportador por carta o cable de fecha <u>X</u>                 | (f) El asesoramiento del director de aduana del distrito <u>-----</u>  |
| (c) La comparación con el valor de envíos recibidos anteriormente de fecha <u>-----</u> | (g) Otros conceptos <u>-----</u>   |
| (d) El conocimiento del mercado en el país de exportación <u>X</u>                      |  |

A	B	C	D	E	F	G
Números de marca de las cajas	Número de rubro del fabricante, símbolo o marca comercia	Cantidades y descripción completa	Precio de compra por unidad (moneda)	Precio total de compra (moneda)	Valor por unidad en el exterior	Valor total en el exterior
			\$32.39	\$129560.00	USD\$ 2.99	USD\$ 11996.29

Para los precios en las columnas D y E, indique cuáles de los gastos siguientes están incluidos y cuáles no lo están:

Cantidad incluida	Cantidad excluida	Cantidad incluida	Cantidad excluida
Empaque <u>X</u>		Lanchaje <u>NO APLICA</u>	
Caretaje <u>-----</u>	<u>X</u>	Flete marítimo <u>NO APLICA</u>	
Flete interior <u>X</u>		Derechos de aduana en los Estados Unidos <u>-----</u>	
Muellaje y cargamento en el exterior <u>-----</u>	<u>X</u>	Otros gastos (identificados por nombre y cantidad) <u>-----</u>	
País de origen <u>ESTADOS UNIDOS MEXICANOS</u>		Total <u>-----</u>	

Si se recibe cualquier otra factura, la presentaré inmediatamente al director de distrito de Aduana.

Fecha 17/07/07 Firma de la persona que extiende la factura -----

Cargo que desempeña y nombre de la empresa -----







SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO  
DIRECCION GENERAL DE CONTROL SANITARIO DE BIENES Y SERVICIOS

## AVISO DE APERTURA O FUNCIONAMIENTO

ANTES DE LLENAR EL FOMATO LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO

### DATOS DEL PROPIETARIO O RAZON SOCIAL

NOMBRE DE LA PERSONA FISICA O MORAL PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO		RFC
EL PAVO REAL S.A. DE C.V.		EPRE010216VC9
CALLE Y NUMERO		DOMICILIO
TOMAS ELENA MZ. 19 LT. 11		TULYEHUALCO
ENTIDAD FEDERATIVA	DELEGACION O MUNICIPIO	LOCALIDAD
DISTRITO FEDERAL	XOCHIMILCO	
CODIGO POSTAL	TELEFONO	FAX
09700	21614517	21611821

### DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL ESTABLECIMIENTO		RFC
EL PAVO REAL S.A. DE C.V.		EPRE010216VC9
CALLE Y NUMERO		DOMICILIO
TOMAS ELENA MZ. 19 LT. 11		TULYEHUALCO
ENTIDAD FEDERATIVA	DELEGACION O MUNICIPIO	LOCALIDAD
DISTRITO FEDERAL	XOCHIMILCO	
CODIGO POSTAL	TELEFONO	FAX
09700	21614517	21611821
ENTRE QUE CALLE Y QUE CALLE	CROQUIS DE LOCALIZACION	
VILLA DE MOR Y VILLA DE REY		
FECHA DE INICIO DE LABORES		
23/06/1950		

### DATOS DE LAS ACTIVIDADES DEL ESTABLECIMIENTO

MARGUE CON UNA "X" EL (LOS) GIRO(S) DEL ESTABLECIMIENTO							
ALIMENTOS	BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	BEBIDAS ALCOHOLICAS	TABACO	ASEO Y LIMPIEZA	PERFUMERIA Y BELLEZA	MATERIAS PRIMAS	ADITIVOS
(X)	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
CLAVE DE GIRO	DESCRIBA LA ACTIVIDAD DEL ESTABLECIMIENTO						
	PRODUCCION Y ELABORACION DE ALIMENTOS HECHOS A BASE DE AMARANTO						
(Uso exclusivo de la SSA)							

### BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL	LUGAR Y FECHA DONDE SE EFECTUA EL AVISO
LIC. MARCO ANTONIO BRAVO	MEXICO, D.F. 17/07/07

LLENAR A MAQUINA O CON LETRA DE MOLDE Y TINTA NEGRA



**SOLICITUD DE CERTIFICADO PARA EXPORTACION  
CONFORMIDAD DE BUENAS PRACTICAS SANITARIAS**

FOLIO
-------

**1.- DATOS DEL EXPORTADOR**

NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL EXPORTADOR		RFC
EL PAVO REAL S.A. DE C.V.		EPRE010216VC9
DOMICILIO (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., país)		
TOMAS ELENA MZ.19 LT. 22 COL TULYEHUALCO		

**2.- DATOS DEL FABRICANTE**

NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL FABRICANTE		RFC
EL PAVO REAL S.A. DE C.V.		EPRE010216VC9
DOMICILIO (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., país)		
TOMAS ELENA MZ.19 LT. 22 COL TULYEHUALCO		
DICTAMEN FAVORABLE DE CONFORMIDAD DE BUENAS PRACTICAS VALIDO HASTA:		
FECHA DE EXPEDICION 17/07/2007	NUMERO DE NOTIFICACION DE RESULTADOS	VALIDO POR 1 AÑO

**3.- DATOS DEL PRODUCTO**

DESCRIPCION DEL PRODUCTO (Nombre común y científico)			
AMARANTO REVENTADO			
TIPO DE EMBALAJE		ESTADO DEL PRODUCTO O TIPO DE TRATAMIENTO	
PRIMARIO	SECUNDARIO		
COSTALES	COSTALES	SECO	
NUMERO DE UNIDADES DE EMBALAJE	TOTAL A EXPORTAR	NUMERO DE LOTE	FECHA LIMITE DE CONSUMO
106 COSTALES DE	4 TONS	4	20/02/08
TEMPERATURA REQUERIDA		MEDIO DE TRANSPORTE	
DE ALMACENAMIENTO	DE TRANSPORTE	AEREO	TERRESTRE <input checked="" type="checkbox"/>
MARITIMO			
OBSERVACIONES SOBRE EL TRANSPORTE (Nombre del transporte, No. de vuelo o No. de matrícula. Si se trata de contenedores indicar los números, etc.)			

**4.- DESTINO DEL PRODUCTO**

LUGAR DE EMBARQUE DE LOS PRODUCTOS	
ADUANA DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE MEXICO	
PAIS AL QUE EXPORTA	
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL DESTINATARIO	TELEFONO
TZOALI AMARANTH	
DOMICILIO DEL DESTINO FINAL (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., País)	
FARMERS BRANCH TEXAS	

**5.- COMBINACION DE MODALIDADES: Si requiere la emisión del documento combinado con otra modalidad, marque con una "X" en el cuadro correspondiente y anexe el formato específico.**

LIBRE VENTA	OTROS (PREVIA EVALUACION DE LA DIRECCION GENERAL)
ANALISIS DE PRODUCTO	Explique:



**COMPROBANTE DE TRAMITE  
SOLICITUD DE CERTIFICADO PARA EXPORTACION  
CONFORMIDAD DE BUENAS PRACTICAS SANITARIA**

Nombre del exportador	Folio
Lugar y fecha de la solicitud	
EL PAVO REAL S.A. DE C.V.	

México D.F. 17 de julio del 2007.



**SOLICITUD DE CERTIFICADO PARA EXPORTACION**  
**Libre Venta**

FOLIO  
45548121701

**1.- DATOS DEL EXPORTADOR**

NOMBRE DEL EXPORTADOR O RAZON SOCIAL	R.F.C.
El Pavo Real S.A. de C.V.	COPR991203
DOMICILIO (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., pais)	
Tomas Elena Mz. 19 Lt. 11, Col. Tulyehualco, Del. Xochimilco, Distrito Federal, México C.P. 09780	

**2.- DATOS DEL FABRICANTE**

NOMBRE DEL FABRICANTE O RAZON SOCIAL	R.F.C.
El Pavo Real S.A. de C.V.	COPR991203
DOMICILIO (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., pais)	
Tomas Elena Mz. 19 Lt. 11, Col. Tulyehualco, Del. Xochimilco, Distrito Federal, México C.P. 09780	

**3.- DATOS DEL IMPORTADOR (Cuando el producto a exportar sea de importación)**

NOMBRE DEL IMPORTADOR O RAZON SOCIAL	R.F.C.
Tzoali Amaranth	TOES950508
DOMICILIO (Calle, No., Colonia, Localidad, Entidad, C.P., pais)	
Farmers Branch, Texas	

**4.- DATOS DEL PRODUCTO**

DENOMINACION O DESCRIPCION DEL PRODUCTO	MARCA (Nombre Comercial)
Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado	Amaranto Reventado El Pavo Real
PAIS AL QUE EXPORTA	
Estados Unidos de América	

NOMBRE Y FIRMA DEL EXPORTADOR	FECHA Y LUGAR
El Pavo Real S.A. de C.V.	México D.F. 17 de julio del 2007.



COMPROBANTE DE TRAMITE  
SOLICITUD DE CERTIFICADO PARA EXPORTACION  
LIBRE VENTA

NOMBRE DEL EXPORTADOR	FOLIO
El Pavo Real S.A. de C.V.	45548121701
LUGAR Y FECHA DE LA SOLICITUD	

México D.F. 17 de julio del 2007.

## Registro para exportar alimentos que solicita la Food & Drug Administration

FDA Home Page | Search FDA Site | FDA A-Z Index | Contact FDA

FDA Industry Systems Home | Browser Requirements | FAQ | Help Desk

### CREATE AN ACCOUNT

Select the systems you will need to access: [» Get Help ?](#)

**FDA Unified Registration Listing Systems**

Food Facility Registration

Low Acid Canned Food

**Other FDA Systems**

Prior Notice

Drug Facility Registration

FDA Industry Systems Home | Browser Requirements | FAQ | Help Desk

FDA Home Page | Search FDA Site | FDA A-Z Index | Contact FDA | Privacy | Accessibility

FDA Website Management Staff

### CREATE AN ACCOUNT

[» Get Help ?](#)

*Enter your account information. Fields marked with an \* are required.*

\* First Name:

Middle Initial:

\* Last Name Surname:

*( Please enter 'NONE' if Job Title is not applicable)*

\* Job Title:

\* Company / Last Name (Surname):

*Passwords must be at least 8 characters but no more than 32, contain uppercase and lowercase letters, numbers and special characters (e.g %, \$). YOU WILL NEED TO REMEMBER YOUR PASSWORD TO LOGIN IN THE FUTURE.*

\* Password :

\* Confirm Password :

*Phone/FAX numbers have only numbers with no spaces, dashes, periods or*

*parentheses. Country Code is not required for US phone numbers.*

	Country Code (e.g. 033)	Area/City Code (e.g. 101)	Phone Number (e.g. 5551111)	Extension (e.g. 1111)
* Phone Number:	<input type="text" value="01"/>	<input type="text" value="55"/>	<input type="text" value="21604734"/>	<input type="text"/>

	Country Code (e.g. 033)	Area/City Code (e.g. 101)	Phone Number (e.g. 5551111)
FAX Number:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Enter your e-mail address. If you do not enter an e-mail address, requests or changes to your password will be sent via postal mail.*

E-Mail Address:

Confirm E-Mail:

*Select and answer a secret question. If you forget your password, you will need to provide this information.*

\* Secret Question:

\* Secret Answer:

### Physical Address (Business) of Account Holder

\* Country:

\* Address Line 1:

Address Line 2:

\* Zip Code (Postal Code):

\* City:

State:

Province / [Click here to select a Province / Territory](#)  
Territory:

### Preferred Mailing Address for Issues Regarding this Account (if different)

*Enter a preferred mailing address if it is different from your physical address. If you are providing a preferred mailing address, the fields marked with \*\* are required.*

\*\* Country:

\*\* Address Line 1  
/  
P.O Box:

Address Line 2:

\*\* Zip Code  
(Postal Code):

\*\* City:

State:

Province / [Click here to select a Province / Territory](#)  
Territory:

Under [18 U.S.C. 1001](#), anyone who makes a materially false, fictitious, or fraudulent statement to the U.S. Government is subject to criminal penalties.

I understand

---

Conclusión General

Cuando va a realizarse un proyecto para exportar a cualquier país del mundo existen varios puntos que se deben tener en cuenta para tener un panorama general de la complejidad de la tarea.

En este caso debimos investigar la situación de la empresa con la cual estuvimos trabajando; de esta manera elegimos a la empresa “ El Pavo Real” , que aun siendo una pequeña empresa familiar y que no cuenta con una gran infraestructura, ni una basta producción, nos dimos cuenta de que tiene la posibilidad de ofertar sus productos al exterior.

Gracias a la investigación realizada sobre “exportación de amaranto” en este proyecto nos dimos cuenta de toda la información que existe sobre este producto y que muchos desconocemos; como lo es su alto valor nutricional punto que lo convierte en un alimento de alta calidad y que inclusive por sus muchas características los investigadores de la NASA no lo descartan como un alimento del futuro.

Por situaciones como en las que se hace mención, sin descartar algunas más, varios países han difundido el cultivo del amaranto en las últimas décadas como lo es Bolivia y la India quienes estadísticamente son los productores más importantes a nivel mundial de este producto. Por otra parte en México el consumo del amaranto ha logrado que consumidores, comercializadores e industriales ubiquen a este producto con perspectivas favorables para su mejor comercialización.

En este proyecto se determino que a través de realizar contactos con diferentes posibles compradores de nuestro producto, el país indicado para exportar amaranto es Estados Unidos de América por diferentes factores como lo son la cercanía geográfica y la rentabilidad del mercado sin mencionar los beneficios arancelarios que nos proporciona el TLCAN, cabe mencionar que a pesar de estos tres factores importantes para nosotros EUA en los últimos años y de acuerdo a graficas y estadísticas realizadas en la investigación es uno de los principales países que han mostrado mayor interés en el consumo y uso de este producto y que a pesar de que también realiza exportaciones de amaranto sus importaciones son de manera sustancial mayores a su capacidad exportadora, situación que nos favorece mucho a nosotros y a todos aquellos quienes se interesen en la exportación de amaranto.

Nosotros nos enfocamos en especial a Houston, Texas, para llevar a cabo la exportación de nuestro producto, así lo determinamos al realizar un estudio de mercado el cual nos mostraba que este estado es uno de los principales centro de negocios en EUA, además de poseer una economía estable y una muy importante presencia de población hispana en la cual la mayoría son mexicanos, lo que hace una distribución del producto mas favorable y aceptable entre este segmento de consumidores; cabe mencionar que al estar nuestro estado importador en la frontera nos facilita el envío de nuestro producto.

Finalmente nos dimos cuenta de que todo proceso de exportación requiere de información actualizada, así como de la experiencia de asesores y consultores para definir bien el mercado meta, la competencia al país correcto en el momento preciso.

Sin embargo, otros aspectos del proceso de exportación son la observación, el análisis y la paciencia, en donde debemos de saber que el llegar primero no nos hará ganar más.

Nos pudimos percatar de que para algunos empresarios es posible sacrificar utilidades actuales, porque saben que obtendrán frutos futuros; pero para los microempresarios como es el caso del “Pavo Real”, lo que mas conviene es que formen un grupo de exportadores, para que aparte de compartir el riesgo financiero, puedan cumplir con el volumen que desea el cliente.

Para poder llevar a cabo una libre comercialización internacional del amaranto o bien exportar, en México como en casi todo el mundo, se tiene que cumplir con una serie de procesos que van acompañados por diferentes tipos de documentos para exportar según sea el caso. Para efectos del amaranto por ser un bien de consumo aparte de los tramites ordinales que se requieren en una exportación como lo son el pedimento, la factura comercial, el certificado de origen y la solicitud de certificado para exportar; se anexan a esta lista de documentos los certificados de la secretaria de salud y la SAGARPA, así como el certificado fitosanitario internacional, los cuales son de vital importancia ya que el producto a exportar a parte de ser un bien de consumo es un alimento, por lo cual tienen que cumplir con estas características ya que así lo requieren los países importadores.

Como ultima parte de esta tesis en la practica nos pudimos dar cuenta de que el exportar lleva consigo muchos tramites y requerimientos pero, que no es una tarea difícil siempre y cuando se cumplan al pie de la letra lo ya mencionado, en el caso del amaranto en el análisis DAFO a pesar de tener amenazas y debilidades como son la falta de tecnología, distribución inadecuada y mucha competencia por mencionar algunas; muestra muchas ventajas que podemos utilizar de la mejor manera posible convirtiéndolas en una de las principales herramientas para su mejor comercialización y venta de este fabuloso producto como lo son sus bajos costos de inversión, su consumo como alimento del futuro de acuerdo a sus características y nutrientes, su constante y creciente comercialización entre muchas otras.

Por todo el ya mencionado anteriormente el equipo llego a la conclusión de que es el mejor momento para exportar amaranto a los EUA y aunque tenemos mucha competencia nuestro amaranto es uno de los mejores en el mundo por su sabor y nutrientes, además de que comercializar es la clave para crecer e internacionalizar.

**Acceso al mercado.** Definición de normas comerciales de un país para facilitar o limitar el ingreso de bienes y servicios de otros países o grupos de otros países. El acceso a mercado tiene relación con políticas sobre aranceles, barreras no arancelarias y para-arancelarias (cuotas, prohibiciones, etc.) y en la práctica con; normas de origen, normas sanitarias y fitosanitarias, entre otras.

En los procesos de negociación comercial internacional los aranceles constituyen el principal objetivo de los acuerdos en materia de acceso a mercado.

**Acuerdo comercial.** Convenio, tratado o cualquier otro acto vinculante por el cual dos o más países se comprometen a cumplir ciertas acciones para mejorar su intercambio comercial.

**Acuerdo preferencial.** Pacto entre naciones en virtud del cual las partes firmantes se conceden mutuamente beneficios favorables en materia comercial y aduanera.

**Aduana.** Unidad administrativa encargada de aplicar la legislación relativa a la importación y exportación de mercancías y a los otros tratamientos aduaneros; así como de recaudar y hacer percibir los gravámenes que les sean aplicables.

**Agente aduanal.** Persona que, por cuenta de otra (exportador o importador), realiza ante la aduana los trámites correspondientes al despacho de mercancías.

**Arancel.** Es un impuesto o derecho de aduana, que se cobra sobre una mercancía cuando ésta se importa o exporta.

**Barreras no arancelarias.** También conocidas como regulaciones no arancelarias. Son las diversas reglamentaciones, medidas, y disposiciones que establecen los países para controlar sus importaciones de mercancías. Existe una gran diversidad de estas barreras al comercio exterior, aunque las más utilizadas son las sanitarias, fito-zoosanitarias, etiquetado, calidad, ecológicas y seguridad.

**Certificado de calidad.** Documento que expiden empresas certificadoras o las autoridades competentes para dar fe de la esmerada selección, preparación y presentación de los productos nacionales exportador.

**Certificado de origen.** Es un formato oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que este es originario de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías a fin de obtener los beneficios arancelarios negociados u obtenidos a través de un TLC, SGP, etc., o para determinar la aplicación o no de cuotas compensatorias.

**Certificado sanitario.** Documento que certifica que un producto está elaborado bajo buenas normas de manufactura establecidas por las autoridades oficiales de sanidad de los países importadores que asegure que los productos no representan algún riesgo para la salud humana.

**Desgravación arancelaria.** Eliminación progresiva y cronológica de aranceles aduaneros para bienes considerados originarios.

**Despacho aduanero.** Conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que deben realizar en la aduana las autoridades fiscales y los consignatarios o destinatarios en las importaciones, y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes o apoderados aduanales (Custom Clearance, en inglés).

**Embalaje.** Todo aquello que envuelve, contiene y protege los productos envasados, y que facilita las operaciones de transporte y manejo.

**Embarque.** Carga en un vehículo o nave.

**Envase del producto:** Todo envase destinado contener un alimento y que ha de cerrarse herméticamente

**Estiba.** Es la forma de colocar las cajas una sobre otra en un acomodo alineado; acomodación de las mercancías en las bodegas de un buque.

**Etiqueta.** Es todo rótulo, inscripción, marga, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, ya sea que este inscrita, impresa, marcada, grabada en relieve, huecograbado o adherida a un envase, que identifica al producto.

**Factura comercial.** Es el documento en el que se fija el importe de la mercancía vendida, se señalan las partes compradoras y vendedoras, e incluye la cantidad y descripción de los productos de acuerdo con lo convenido entre las partes.

**Fracción arancelaria.-** Clasificación particular, basándose en un sistema o nomenclatura aduanera, que identifica a una mercancía para el pago de un arancel.

**INCOTERMS.** (International Commercial Terms). Conjunto de términos y sus reglas, aprobadas por la Cámara de Comercio Internacional de París, que establece las condiciones de compraventa internacional.

**Lista de empaque.** Relación detallada del número de bultos y de su contenido en un embarque.

**Normas.** Medidas que afectan específicamente a productos, establecidas por un órgano reconocido, que prevén una utilización común y repetida, fijando directrices o especificaciones con respecto a características de los productos, a fin de lograr un grado óptimo de orden y que pueden tener como objetivo proteger la salud humana, preservar la vida y salud de los animales y plantas, el medio ambiente, la fauna y la flora silvestres y evitar las prácticas engañosas.

**Norma ecológica.** Medidas establecidas con autoridad, establece límites máximos permisibles de emisión de contaminantes a diferentes medios que afecten la ecología.

**Normas de origen.** Son el conjunto de normas y especificaciones con apego a las cuales habrá de calificar el origen (país) de las mercancías que se comercializan en los mercados internacionales..

**Pedimento.** Forma oficial aprobada por la SHCP, en donde se asientan los datos referentes al régimen aduanero al que se destina la mercancía, y los necesarios para la determinación y el pago de los impuestos al comercio exterior y de cuotas compensatorias.

**Puerto.** Lugar de entrada o lugar de salida de un medio de transporte, en donde los funcionarios de aduanas pueden examinar la carga e imponer aranceles.

**Restricción a la importación.** Medidas de carácter arancelario, no arancelario y normas comerciales que aplica un país para prohibir el ingreso de productos de un determinado de otro país o grupo de país.

**Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).** Tratado Comercial firmado por Estados Unidos, Canadá y México que entró en vigor a partir del 1ro. de enero de 1994. En este Tratado cada país concede preferencias comerciales, principalmente arancelarias a las importaciones de bienes y servicios que provengan de los otros países miembros y que cumplan con el criterio de región a través de asegurar algunos de los métodos para determinar la regla de origen

## **Bibliografía**

<http://www.bancomext.com/Bancomext/porta>

[www.nafin.com/portaInf/](http://www.nafin.com/portaInf/)

[www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)

<http://www.amaranto.org.mx/article/view/70/1/10>

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros>

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem05/info/df/m013/c09013>

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae06/info/tlax/c29>

<http://www.amaranto.org.mx/article/view/70/1/10>

<http://www.sagarpa.gob.mx/dlg/df/planrectoramaranto>

México: World Trade Atlas, Secretaría de Economía (2007)

[www.mapquest.com](http://www.mapquest.com)

Seminarios “Establecimiento y Operación de Negocios en los Estados Unidos: Aspectos Prácticos y Jurídicos-Exportaciones e Inversiones” 2006. BANCOMEXT sede Ciudad de México.

[es.wikipedia.org/wiki/PIB](http://es.wikipedia.org/wiki/PIB)

Estudio del mercado hispano del medio oeste de los EUA, por Gerardo Nava Domínguez, Secretaría de Economía 2006, Aprocede, A. C.

Secretaría de Economía con datos de Banco de México

El mercado de Houston, Texas, BANCOMEXT 2006

Statistical Abstract censo de 2006.

Oportunidad de negocios, BANCOMEXT 2006

Plan de comercio de amaranto, Del. Xochimilco, año 2006

Jean-Claude Pons, “El marco conceptual de la certificación”, 2001

<http://www.economia-nci.gob.mx:8080/siaviWeb/fraccionAction.do?tigie=19041001&paper=ara>