

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Centro Interdisciplinario de Posgrados
Investigación y Consultoría
Departamento de Ciencias Económico Administrativas
Maestría en Dirección y Negocios Internacionales

**La exportación de ganado bovino del estado de Chiapas a Guatemala y El
Salvador**

Proyecto práctico para obtener el Grado de Maestro
en Dirección y Negocios Internacionales

Presenta
L.C.I. Agustín Portilla Reyes

Puebla, México.

2010



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

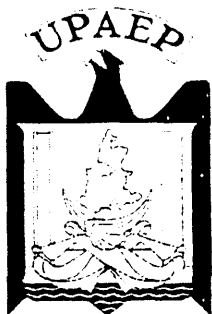
DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Centro Interdisciplinario de Posgrados

Investigación y Consultoría

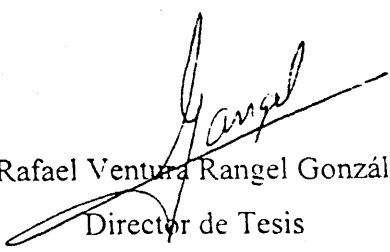
Departamento de Administración de Empresas

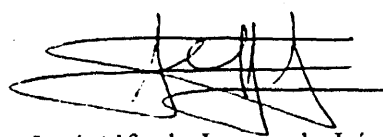
Maestría en Dirección y Negocios Internacionales

Se aprueba la Tesis:

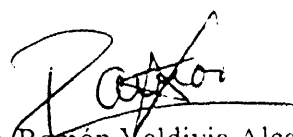
La exportación de ganado bovino del estado de Chiapas a Guatemala y el
Salvador

Comité asesor


Dr. Rafael Ventura Rangel González
Director de Tesis


Dr. José Alfredo Leonardo López de Cosío

Asesor


Dr. Ramón Valdivia Alcalá

Asesor

Puebla, México.

22 de febrero de 2010

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres, quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

Fundamentalmente a mi familia y amigos, que a pesar del tiempo que hemos dejado de compartir han seguido dándome el ánimo y apoyo necesario.

Y finalmente a mi novia, que con su cariño, confianza y apoyo constata ha sido un ejemplo de voluntad y perseverancia, que me ha animado a llegar hasta el final.

AGRADECIMIENTOS

A mis profesores

Dr. Rafael Ventura Rangel González por sus concejos y asesoría constante

Dr. José Alfredo Leonardo López de Cosío por su continuo apoyo

Dr. Ramón Valdivia Alcalá por su continuo apoyo

**Finalmente a todos los que han colaborado específicamente en la investigación:
en especial al MVZ. Miguel Ángel Ruiz Palma y A SAGARPA distrito 8 en
Tapachula, Chiapas, por su apoyo y confianza.**

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

i

CAPÍTULO 1. PROPÓSITO Y ORGANIZACIÓN

1.1	Planteamiento del problema	1
1.2	Propósito de la investigación	3
1.3	Objetivo general	3
1.4	Objetivos específicos	3
1.5	Justificación de la investigación	4
1.6	Alcances y limitaciones	5
1.7	Organización del estudio	6

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1	La comercialización	8
2.1.1	Procedimiento de comercialización o marketing	11
2.2	Teoría de la ventaja competitiva	12
2.2.1	Teoría de Porter sobre competitividad	17
2.3	Modos de entrada a un mercado internacional	20
2.3.1	Definición de exportación	22
2.3.2	Tipos de exportación	22
2.4	Antecedente del índice agostadero del estado de Chiapas	24
2.5	Salvaguardia agrícola especial en el TLC entre México y las repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras	25
2.5.1	Salvaguardia agrícola especial entre El Salvador y México	26
2.5.2	Salvaguardia agrícola especial entre Guatemala y México	27
2.5.3	Salvaguardia agrícola especial entre Honduras y México	31
2.5.4	Definiciones de medidas sanitarias y fitosanitarias	35
2.6	¿Cómo exportar a Guatemala?	37
2.6.1	Datos generales	37
2.6.2	Cultura de negocios	38

2.6.3	Comercialización de los productos	40
2.6.4	Principales puertos de carga	41
2.6.5	Requisitos generales del mercado meta o cliente	43
2.6.6	Derechos arancelarios a la importación	46
2.6.7	Direcciones electrónicas con información para apoyar la exportación a Guatemala	47
2.7	¿Cómo exportar a El Salvador?	48
2.7.1	Datos generales	48
2.7.2	Cultura de negocios	49
2.7.3	Comercialización de los productos	51
2.7.4	Canales de distribución	52
2.7.5	Principales puertos de carga	53
2.7.6	Requisitos generales del mercado meta o cliente	54
2.7.7	Derechos arancelarios a la importación	59
2.7.8	Direcciones electrónicas con información para apoyar la exportación a El Salvador	62

CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA

3.1	Procedimiento	63
3.2	Sujetos	64
3.3	Recolección y análisis de datos	65
3.3.1	Selección de la muestra	65
3.3.2	Tamaño de la muestra	65
3.3.3	Selección del instrumento	66
3.3.4	Aplicación de instrumentos de investigación	74
3.3.5	Análisis de datos	74
3.4	Análisis del modelo de competitividad global para la comercialización de ganado en pie a los países de Guatemala y El Salvador	75
3.4.1	Determinantes de la ventaja competitiva para exportación sector ganadero en el estado de Chiapas con los países Guatemala y El Salvador	77

3.4.2	Las cinco fuerzas competitivas (factores externos)	95
3.4.2.1	Amenaza de entrada de nuevos competidores	96
3.4.2.2	Rivalidad entre los competidores	96
3.4.2.3	Poder de negociación de los proveedores	96
3.4.2.4	Poder de negociación de los compradores	97
3.4.2.5	Amenaza de ingreso de productos sustitutos	98
3.4.3	Evaluación interna	98
3.4.3.1	Estrategias genéricas	98
3.4.3.2	La cadena de valor agregado	99
3.4.4	Etapas del desarrollo competitivo	101

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS FINANCIERO

4.1	Inversión de activos fijos tangibles	104
4.2	Inversiones en activos fijos intangibles	104
4.3	Costo del proyecto de inversión	104
4.4	Composición de la Inversión	104
4.5	Capital de trabajo	105
4.5.1	Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio de dos semanas	106
4.5.2	Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio a cuatro semanas	107
4.6	Punto de equilibrio	107
4.7	Razones financieras	108

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

5.1	Conclusiones relativas a los objetivos específicos	111
5.2	Conclusiones relativas al objetivo general	111
5.3	Limitaciones del modelo planteado	112
5.4	Recomendaciones	112

REFERENCIAS

ANEXOS

Anexo A. Formato de entrevistas

Anexo B. Definiciones y siglas

Anexo C. Base de datos de SAGARPA

Anexo D. Evidencias gráficas del Proyecto Práctico

Anexo

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICAS Y DE TABLAS

Figura 1	Diamante de Competitividad de las Empresas	14
Figura 2	Factores de Integración	15
Figura 3	Los cinco factores de la competencia que determinan la rentabilidad de una empresa	18
Figura 4	Mapa de Guatemala	37
Figura 5	Mapa de El Salvador	48
Figura 6	El Diamante de competitividad de la nación	76
Figura 6-1	Diagnóstico del Diamante de Competitividad	76
Figura 7	Ubicación Geografía de Índice Agostadero desde el Istmo de Pijijiapa a Frontera Hidalgo	78
Figura 8	Regiones de Mayor Productividad de Ganado Bovino	80
Figura 9	Principales Estados Productores de Ganado de Bovino 2007	81
Figura 10	Comercialización de ganado en pie que ha conseguido éxito internacional	91
Figura 11	Cadena productiva primaria de carne en el Segmento de Ganadería conseguido éxito internacional	92
Figura 12	El Diamante Para La Comercialización De Ganado Vacuno Del Sur Este Del Estado De Chiapas A Guatemala y El Salvador	95
Figura 13	Tipo de tecnología empleada en la ganadería de bovinos	97
Figura 14	Cadena de valor de exportación del sector ganadero	99
Figura 15	Etapas del desarrollo competitivo	101
Gráfica 1	Consumo per Cápita de Productos Pecuarios en México 1990-2008	81
Gráfica 2	Consumos internacionales Per cápita de carne de bovino porcentual en el 2008.	83
Gráfica 3	Guatemala: Importaciones de ganado y carne bovina por País de origen 1994 y 2008	86

Tabla 1	Elementos de la Estructura de la Empresa	19
Tabla 2	Programa de Desgravación Arancelaria	26
Tabla 3	Bienes originarios provenientes de México a Guatemala sujetos a la SAE.	29
Tabla 4	Bienes originarios provenientes de Guatemala a México sujetos a la SAE.	30
Tabla 5	Bienes originarios provenientes de México a Honduras sujetos a la SAE.	33
Tabla 6	Bienes originarios provenientes de Honduras a México sujetos a la SAE.	33
Tabla 7	Días Festivos de Guatemala	40
Tabla 8	Ubicación de puestos en Guatemala	42
Tabla 9	Transporte Terrestre de Guatemala	
Tabla 10	Días Festivos de El Salvador	50
Tabla 11	El Salvador: Principales puertos de carga	54
Tabla 12	Trámites y documentos específicos de importación de El Salvador	56
Tabla 13	El Salvador: Estructura arancelaria fuera de Centroamérica	59
Tabla 14	Concentración de datos de hato Ganadero	63
Tabla 15	Tamaño de la muestra	65
Tabla 16	Clasificación de categorías genéricas de factores para el sector ganadero	77
Tabla 17	Volumen de la producción de ganado por municipio	79
Tabla 18	Cadena de Valor Agregado	100
Tabla 19	Desglose parcial de la Cadena de Valor para la comercialización del mercado internacional	100
Tabla 20	Etapas del desarrollo competitivo de la comercialización de ganado vacuno del sur este del estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador	102
Tabla 21	Inversión de activos fijos tangibles	104
Tabla 22	Capital de Trabajo a dos semanas	105

Tabla 23	Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio de dos semanas	106
Tabla 24	Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio a cuatro semanas	107
Tabla 25	Valor presente neto	109

RESUMEN

Durante el proceso de la investigación de comercialización de ganado bovino a nuevos mercados para los productores ganaderos de la región sureste del estado de Chiapas, se contactó con clientes de Guatemala y El Salvador, que tenían el interés de comprar ganado mexicano por ser un mercado muy atractivo con potencial de crecimiento para el sector ganadero. Por esta razón este proyecto se enfoca en la exportación de ganado vacuno del estado de Chiapas a Guatemala y a El Salvador.

Se realizó una investigación del proceso de exportación, determinando los costos unitarios, gastos de traslado, seguros y costos administrativos del despacho aduanero, adicionalmente se llevó a cabo un plan de comercialización con la finalidad de generar una oferta más atractiva en el mismo mercado. El producto de este proyecto es un manual de procedimientos donde se indican los reglamentos y los tramites que tendrá la exportación de ganado hasta llegar a la frontera de salida, del mismo modo se realizó el análisis financiero en donde se especifica los pronósticos de egresos e ingresos para confirmar la rentabilidad del proyecto.

ABSTRACT

During the development of cattle merchandising to new marketing for Chiapas southwest region producers, it has been necessary to contact clients of Guatemala and El Salvador due to the interests of buying Mexican cattle from these people because the Mexican marketing seems to be have potential growing. This is the reason why the project is focused on the exportation of cattle from Chiapas to Guatemala and El Salvador.

An investigation of the exportation process happened to calculate the price per unit, shipping, insurance, and administrative expenses of customhouse. A marketing plan was launched in order to create a better sale in the same market. The product of this project is a procedure manual of how to export cattle until the border. A financial analysis was made in order to forecast the incomes and outcomes to confirm the profitability of the project.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo general, exportar ganado vacuno del Estado de Chiapas a Guatemala y a El Salvador, estableciendo la estrategia como procedimiento ante las necesidades del mercado internacional y los ganaderos de la región del Istmo costa a Pijijiapa hasta la frontera sur. Así mismo, se fundamenta con la teoría del Diamante de Porter y se genera un manual de procedimientos para la exportación, que se fundamenta en la ley de Sanidad Animal y en documentos que se anexan del certificado sanitario que debe llevar para la exportación.

Chiapas es un estado ganadera, que cuanta con potencial para incursionar competitivamente en los mercados internacionales con las razas: simmbranh, cebú y suizo entre otras razas con la calidad y certificación sanitarias libres de brusella y de tuberculosis que exigen otros países.

El presente trabajo pretende aportar un documento que permita al sector ganadero comercializar a mercados internacionales obteniendo nuevas oportunidades de ingreso a sus productores con objetivo de ampliar su producción.

CAPÍTULO 1

PROPÓSITO Y ORGANIZACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La cadena productiva de bovinos para carne en México, presenta deficiencias notorias en productividad y competitividad; durante la última década, tuvo una sustancial pérdida de mercado con respecto a otras fuentes de proteína de origen animal, principalmente pollo, cerdo e importaciones crecientes de carne en canal de los Estados Unidos. Las importaciones de Estados Unidos pasaron de 138,000 toneladas en 1993 a 508,000 toneladas en 2002, esto a llevado a los productores del sector ganadero en buscar la competitividad en el mercado interno o en exportar a Centroamérica, sin embargo se ha notado la disminución de las exportaciones mexicanas de 355,000 en el 2003 a 291,000 toneladas en el 2004, debido a problemas zoonosarios y cuidado del animal.

Otro aspecto importante se relaciona con la inocuidad y manejo sanitario de la carne a lo largo de la cadena de producción: sacrificio, corte, empaque, transporte y comercialización que garantice que no hay riesgo alguno para la salud de los consumidores y, a su vez, permita a los integrantes de la cadena productiva enfrentar la competencia internacional. El reto que enfrenta esta cadena, es que el consumidor es cada vez más exigente al demandar un producto de más fácil preparación, inocuo y seguro.

Debido a que México ha tenido problemas zoonosarios en comercialización de exportación de ganado en pie y en canal, ha perdido gran parte de su mercado donde beneficia principalmente a EUA y Canadá teniendo en cuenta la:

- Disminución de las exportaciones de carne.
- Aumento en las importaciones de carne, principalmente deshuesada.
- Aumento en las importaciones de ganado para matanza.

Estos cambios han tenido influencia en los acuerdos suscritos en el TLCAN por la desgravación de los aranceles, por lo tanto los ganaderos han buscado nuevas alternativas de competitividad para la exportación a nuevos mercados teniendo en cuenta los tratados de libre comercio en México con Centroamérica.

Esta falta de capital, reduce las oportunidades de producir con calidad, eficacia y eficiencia, de acuerdo con los estándares internacionales. La producción se observa con altos costos en los insumos, baja productividad y condiciones adversas del mercado nacional e internacional.

Dadas las crecientes barreras no arancelarias y los subsidios al agricultura en los países más desarrollados, es necesario idear mecanismos de producción de calidad que le den mayores posibilidades de competencia al sector ganadero estatal y retome el papel importante en el PIB del mismo.

Hoy en día, Chiapas cuenta con un inventario ganadero de 2.3 millones de cabezas, con un crecimiento de producción de carne de 18 por ciento, es decir de 85 mil 800 toneladas en el 2006 a más de cien mil en el 2009.

Por lo anterior, Chiapas ocupa el tercer lugar nacional en inventario ganadero y el onceavo en producción de leche, destacando cuatro regiones altamente productoras, de donde se conforman las cuencas lecheras ubicadas en las regiones de Pijijiapan (Istmo-costa), Juárez (norte), Catazajá (Selva-Palenque) y Cuxtepeques (centro).

El presente proyecto se enfoca a los ranchos ganaderos que se encuentran en el istmo-costa hasta la frontera sur, determinado desde Arriaga hasta la ciudad de Pijijiapan, y todo el Soconusco, lugar privilegiado por su buena tierra y sus intensas lluvias.

Por los aspectos antes mencionados se consideran que existen las condiciones viables naturales para impulsar y modernizar de manera sustentable la actividad ganadera en la región sureste del estado de Chiapas.

Dado que en esta zona existen unidades de producción con diferentes extensiones, sin embargo presenta poca integración en la cadena de producción, falta de rastro TIF, escaso acceso al crédito institucional, poco uso de prácticas tecnológicas que incrementen la producción y competitividad, deficiencias en la infraestructura productiva y de comunicación terrestre, falta de asistencia técnica básica al ganadero, dificultad para comercializar el ganado en pie producida en libre pastoreo y semi estabulado, dificultad en trámites fitozoosanitarios por parte de autoridades correspondientes, aunado a la recurrencia en fenómenos naturales tanto de sequías como inundaciones.

Con base en lo anterior se puede concluir que debido a la falta rastros certificados y mejora en inocuidad en el estado de Chiapas los ganaderos no han podido comercializar su producto a través de los supermercados donde solo aceptan carne certificada provenientes de Estados Unidos, Noruega, Argentina a nivel Internacional y nacional que son Nuevo León, Veracruz y el Distrito Federal, ocasionando la pérdida del mercado local y se ve como alternativa la búsqueda de mercados externos.

1.2 Propósito de la investigación

La presente investigación busca la exportación de ganado vacuno para reactivar la actividad ganadera en el estado de Chiapas y con ello evitar que con la pérdida del mercado interno se desestabilice la economía de los involucrados en dicha actividad.

1.3 Objetivo general

Elaborar un proyecto práctico para exportar ganado vacuno del estado de Chiapas a Guatemala y a El salvador, así como realizar un análisis financiero de dicha actividad.

1.4 Objetivos específicos

Detectar ganaderos de la región sureste del estado de Chipas por municipio, a través de los principales indicadores del potencial productivo del sistema ganadero regional donde se podrá medir la capacidad de comercialización y de exportación.

Elaborar la estrategia sobre la ventaja competitiva con el modelo de M. Porter sobre la comercialización de ganado vacuno del sureste del estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador, donde se analizará los factores del diamante.

Elaborar un análisis financiero donde se conoce la rentabilidad de un proyecto a comercializar ganado vacuno a Guatemala y El Salvador.

Elaborar un manual de procedimientos donde se identifica los trámites, requisitos fitozoosanitarios, procedimiento de carga hasta llegar al procedimiento de exportación con la agencia aduanal.

1.5 Justificación de la investigación

Conveniencia. La base de datos de SAGARPA incluida en el anexo C indica el porcentaje de producción ganadera de los municipios de Tapachula, Frontera Hidalgo, Suchiate, Mazatán, Huehuetán, Huixtla, Acapetahua, Mapastepec, Pijijiapan, Tonalá y Arriaga, de la región sureste del estado de Chiapas. Como se podrá ver existe una sobre producción de ganado que es impostergable atender.

En el estado de Chiapas en el 2007 existían 1.4 millones de cabeza en la entidad y para en octubre de 2009 llegó a 2.3 millones de cabezas, por lo cual es muy importante dado que es una de las fuentes de trabajo principales en el estado por lo que es importante buscar la nuevos mercados de comercialización dado que el mercado interno está saturado.

En consecuencia este proyecto es necesario para precisar las zonas de sobreproducción de hatos ganaderos a través de entrevistas con ganaderos y el directivo de la Asociación Ganadera, con la finalidad de buscar nuevos mercados como la exportación a países vecinos y encontrar la competitividad del mismo sector para la mejora del mismo, así como conocer el interés de hacer negocios con los empresarios de Guatemala y El Salvador para lograr un equilibrio de la oferta y la demanda en nuevos mercados en sector ganadero.

Relevancia social. La principal fuente de recursos económicos de estado de Chiapas es la producción de ganado, y este proyecto servirá para consolidar la comercialización a través de la exportación del sector ganadero de la región que ayudará a incrementar su tamaño.

Valor teórico. La presente investigación es importante porque hace una nueva aplicación del Diamante de Porter que proporciona los principios o enunciados teóricos para ser más rentable y competitivos donde genere mayores beneficios económicos a la comercialización para los ganaderos de la región sur este del estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador.

Dado como resultado la medida del comportamiento de una variable o la relación de variables, tales como: factores que influyen en la exportación del ganado a los países de Guatemala y El Salvador en los precios internacionales, mermas en tránsito, empresas que ofrecen servicios de flete internacional, aseguradoras, contratos de venta y documentos aduanales para la exportación.

Consecuencias del estudio. El diagnóstico situacional proporciona una base de datos clave y tiene repercusiones positivas a los productores ganaderos de la región sureste para impulsar el desarrollo de la ganadería y conozcan las áreas de oportunidad y tramites de exportación para hacer negocios de ganado vacuno (novillos) a los países de Guatemala y El Salvador y con ello detonar inversiones en la región, para impulsar el desarrollo del sector y que el gobierno del estado de Chiapas impulse a este mismo con capacitación y desarrollo de infraestructura.

1.6 Alcances y limitaciones

Alcances

- El diagnóstico situacional está orientado a incrementar la competitividad económica en busca de nuevos mercados del ganado en pie para la exportación entre la región sureste del estado de Chiapas que abarca desde Arriaga a

Pijijiapa y de Mapastepec a Frontera Hidalgo, a los países de Guatemala y El Salvador.

- El proyecto se aplicará al sector ganadero y la Asociación Ganadera de la región en el periodo de Agosto a Octubre del 2009.

Limitaciones

- El estudio se limita a la información recabada por parte del gobierno y de las Asociaciones Ganaderas de la región.

1.7 Organización del estudio

En el primer capítulo se presentan la situación de la problemática que existe en el sector ganadero en el estado de Chiapas, se plantea el problema condiciones actualmente y los objetivos del proyecto así como la justificación y los alcances y limitaciones.

El segundo capítulo, trata sobre los antecedentes del marco teórico, se describe la comercialización como punto importante para la exportación del sector ganadero de la región fundamentados con el pensamiento de Kotler y Michael Porter (Ventaja Competitiva).

De acuerdo a Michael Porter, los cuatro determinantes que determinan la ventaja competitiva de las industrias en ubicaciones geográficas específicas: son Condiciones de los Factores; Condiciones de Demanda; Sectores Conexos y de Apoyo; Estrategia, Estructura y Rivalidad de la Empresa; y las variables Casualidad y Gobierno; las cuales integran el "Diamante de Porter".

1. Estrategia Competitiva: se aplica el Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter.
2. Ventaja Competitiva: se aplican las teorías de Estrategias Competitivas Genéricas y la Cadena de Valor.

3. Desarrollo Competitivo: se aplica la teoría de las Cuatro Etapas del Desarrollo Competitivo Nacional.

En el tercer capítulo se realiza la aplicación real del análisis y la estrategia de Competitividad de Porter para la exportación. Se formula el Diamante de comercialización de ganado vacuno del sureste del estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador.

El cuarto capítulo, se presenta el análisis de resultado que indica la rentabilidad financiera del sector ganadero para comercializar a Guatemala y El Salvador.

Finalmente en el quinto Capítulo, se desarrolla las conclusiones y recomendaciones que serán de utilidad al proyecto para resolver la problemática presentada al inicio del proyecto y determinar el alcance del objetivo.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

El presente capítulo tiene como finalidad proyectar críticamente los distintos enfoques teóricos acerca de las teorías de Comercialización de productos y la Ventaja Competitiva de acuerdo con el entorno económico y social del sector ganadero de producción de novillos para poder ver como resultado la viabilidad de Exportación o Importación a El Salvador en Centro América, desde una perspectiva científica de modo tal que permita crear el marco teórico indispensable para asegurar una correcta estrategia de desarrollo.

2.1 La Comercialización

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Así, comercializar un producto, es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

Según Kotler (1995) el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

En la comercialización de un nuevo producto la decisión del tiempo de entrada es crítica. Cuando una empresa ha completado rápidamente el período de desarrollo del nuevo producto y sabe que la competencia se encuentra al final del trabajo entonces, se enfrenta a tres elecciones:

- **Ser la primera en entrar:** La empresa que primero se introduce en un nuevo mercado disfruta de las “ventajas de ser el primero”, que consisten en la obtención de algunos distribuidores y clientes claves y en obtener la reputación de liderazgo. Por el contrario, si el producto se lanza al mercado antes de que esté totalmente desarrollado la empresa podría adquirir una imagen de productos imperfectos.
- **Entrega paralela:** la empresa podría planificar su tiempo de entrada con el competidor y si este se precipita al lanzamiento hace lo mismo. Si el competidor se toma su tiempo, la empresa también debe tomarse el suyo, usando este tiempo adicional para refinar el producto. La corporación podría acceder a que los costes de promoción y lanzamientos fueran compartidos por ambos.
- **Entrega posterior:** la empresa podría retrasar su lanzamiento hasta que lo haya hecho la competencia, lo que supondría tres ventajas potenciales. La competencia habrá soportado el costo de educar el mercado. El producto de la competencia puede revelar fallos que pueden ser evitados por el nuevo entrante. Y la empresa puede conocer el tamaño del mercado.

Por otra parte, la empresa debe decidir si lanzar el nuevo producto en una única localidad, una región, en varias regiones, en el mercado nacional o en el mercado internacional. Pocas empresas tienen la confianza, capital y capacidad para lanzar los nuevos productos a escala nacional y/o internacional, por lo que desarrollarán una planificación de despliegue en el mercado a lo largo del tiempo. En concreto, las pequeñas empresas seleccionarán una ciudad atractiva y una campaña relámpago para entrar en el mercado y posteriormente hacerlo en otras ciudades. Las grandes empresas introducirán sus productos en una región y después se moverán a otras.

Las empresas con redes nacionales de distribución lanzarán sus nuevos modelos a escala nacional y las empresas con capacidad de exportación tendrán sus modelos a grandes escalas, como lo demanda el mercado.

En el marketing de despliegue, la compañía tiene que valorar el atractivo de los distintos mercados alternativos. En este sentido, los criterios más importantes de valoración son: potencial de mercado, reputación local de la empresa, costo de suministro de la zona, calidad de los datos de investigación del área, influencia de ésta sobre otras y penetración de la competencia. De este modo, la empresa ordena los mercados y desarrolla un plan de despliegue geográfico.

La empresa debe decidir su distribución y promoción a los mejores grupos dentro de un área geográfica. Los objetivos son ideales para los nuevos productos que deberán tener las siguientes características: ser "adoptadores tempranos", muy consumidores, líderes de opinión, hablar favorablemente del producto y poder llegarse a ellos con costos bajos.

Pocos grupos reúnen todas estas características, por lo que se hace necesario ordenar las distintas agrupaciones potenciales en base a estas características y centrar el blanco en el mejor de los conjuntos.

El objetivo es generar fuertes ventas tan pronto como sea posible para motivar así al equipo de ventas y atraer a nuevos distribuidores.

Para definir cómo introducir el nuevo producto en los mercados la empresa debe desarrollar un plan de acción, distribuyendo el presupuesto de marketing entre los diversos componentes del marketing mix y señalando un momento concreto para las distintas actividades.

Las organizaciones reconocen de forma creciente la necesidad y ventajas de incrementar su producción y desarrollar regularmente nuevos productos y/o servicios.

Así, los más maduros y en declive deben reemplazarse por otros más nuevos. Sin embargo, los nuevos fallan con frecuencia. Los riesgos de la innovación son tan grandes como las recompensas por la misma. La clave para una innovación exitosa radica en poseer una organización adecuada que maneje las ideas de nuevos productos y desarrolle una investigación adecuada, creando procedimientos de decisión para cada nivel y para cada etapa del proceso de desarrollo de nuevos bienes.

Los consumidores, antes un nuevo bien o servicio, responden de forma diferente en el tiempo según sus propias características y las de los productos. Los fabricantes intentan llevar sus nuevas ofertas a la atención de los potenciales adaptadores iniciales, particularmente a aquellos que tienen características de líderes de opinión

2.1.1 Procedimiento de comercialización o Marketing

La teoría de sistema proporciona el marco analítico adecuado para contextualizar la actividad de comercialización, si se tiene en cuenta el concepto que define Hernández (1998), el cual se considera que un sistema, es un conjunto de elementos con propiedades y atributos que constituyen un todo, relacionados a la vez entre sí y es el entorno común a ellos, del cual se obtienen determinadas entradas de alimentación y al que brindan determinadas salidas.

Los productos o servicios obtenidos por la empresa, bien sea mediante producción propia o mediante adquisición, se dirigen hacia un mercado donde estos bienes serán asignados a sus futuros consumidores. Esta actividad, que comienza en el proceso productivo y que llega hasta el consumidor, es conocida como "sistema de comercialización" o "sistema de marketing" (Bueno, 1989).

El sistema de comercialización de la empresa está encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales pretendiendo como objetivos fundamentales incrementar la cuota de mercado, la rentabilidad y el crecimiento de las cifras de venta

De igual forma el sistema de comercialización define Bueno (1989, pp. 281-289) se ocupa tanto de analizar y estudiar las oportunidades de mercado, como de establecer un plan de actuación dirigida a establecer los medios necesarios para que sus oportunidades se traduzcan en el cumplimiento de sus objetivos comerciales.

En general, un sistema de comercialización debe tomar en cuenta un conjunto de aspectos los cuales se relacionan a continuación:

1. El entorno de mercado que recoge los elementos externos que afectan a la demanda global, como son: crecimiento demográfico, renta por habitante, demanda de bienes complementarios, etc.
2. Objetivos y estrategias de las empresas competidoras que afectan la reacción de las ventas frente a las actuaciones comerciales de la empresa.
3. Decisiones estratégicas de la empresa referente a la cartera de productos que se dirige al mercado y a los canales de distribución empleados.
4. Decisiones operativas de la empresa referente a la utilización de las variables precio, producto, publicidad y distribución.
5. Modelo explicativo del comportamiento del consumidor que recoja la incidencia que tienen en las ventas las modificaciones de los elementos antes mencionados (entorno, competencia y decisiones estratégicas y tácticas).
6. Modelo explicativo de los objetivos de la empresa y de la incidencia en los mismos de las ventas y costos previstos.

Estos elementos se integran en el conocimiento del mercado y sus reacciones ante los diferentes estímulos comerciales controlados o no por la empresa y la configuración de un plan comercial en el que se integran las disímiles decisiones estratégicas y tácticas que pueda tomar la empresa de forma que conduzcan a la satisfacción de sus objetivos.

2.2 Teoría de la ventaja competitiva

De acuerdo con Porter (2005) existen cuatro factores determinantes en la competitividad de las naciones:

La dotación del país, en términos de cantidad y calidad de los factores productivos

básicos (fuerza de trabajo, recursos naturales, capital e infraestructura), así como de las habilidades, conocimientos y tecnologías especializados que determinan su capacidad para generar y asimilar innovaciones.

La naturaleza de la demanda interna en relación con la oferta del aparato productivo nacional; en particular, es relevante la presencia de demandantes exigentes que presionan a los oferentes con sus demandas de artículos innovadores y que se anticipen a sus necesidades.

La existencia de una estructura productiva conformada por empresas de distintos tamaños, pero eficientes en escala internacional, relacionadas horizontal y verticalmente, que aliente la competitividad mediante una oferta interna especializada de insumos, tecnologías y habilidades para sustentar un proceso de innovación generalizable a lo largo de cadenas productivas.

Las condiciones prevalecientes en el país en materia de creación, organización y manejo de las empresas, así como de competencia, principalmente si está alimentada o inhibida por las regulaciones y las actitudes culturales frente a la innovación, la ganancia y el riesgo.

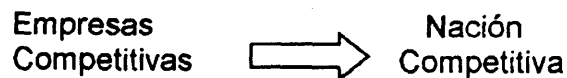
En su conjunto, estos cuatro actores determinantes de la competitividad de una nación forman una suerte de sistema dinámico que no se limita a la sumatoria de sus partes, y que funciona como un todo.

En la actualidad, uno de los comunes denominadores más notorios entre la inmensa mayoría de los países en las esferas económica y política es que en mayor o menor grado éstos se hallan empeñados en las tareas conceptuales, políticas y programáticas para redefinir el papel del Estado en la promoción y regulación de la actividad económica.

Se necesita formular e instrumentar una política industrial que permita a su aparato productivo generar las ventajas competitivas requeridas para una inserción exitosa a la dinámica de la economía mundial. Conviene asimismo, erradicar el malentendido que identifica fomento con protección. En un entorno de profundos rezagos estructurales y de numerosos problemas de competitividad, la carencia de mecanismos de fomento ha sido una de las principales deficiencias de la estrategia modernizadora.

La competitividad de las naciones, se logra a través de la competitividad de sus

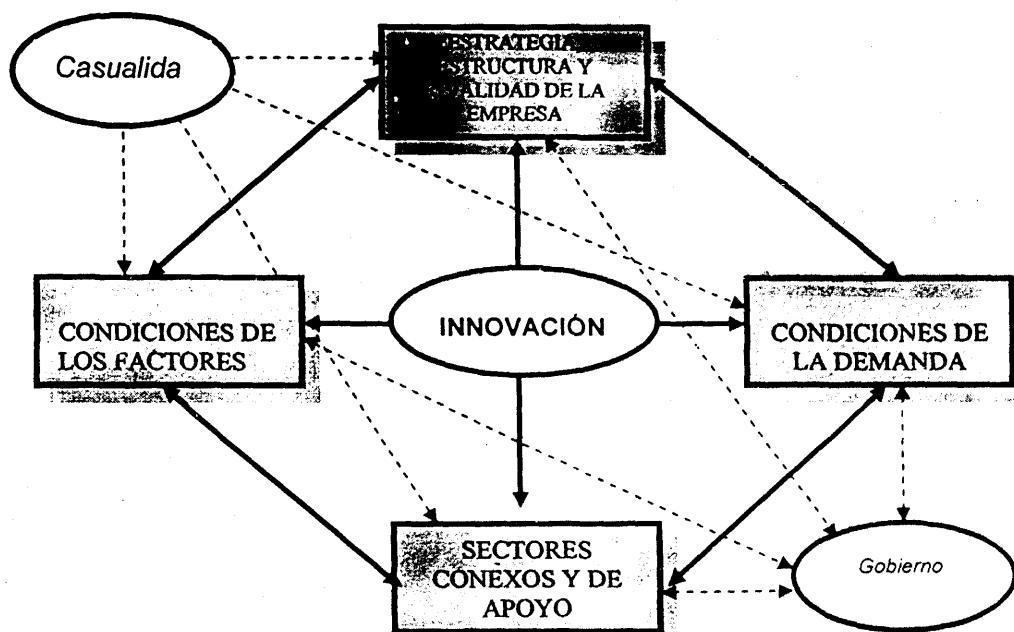
empresas, la cual es descrita de la siguiente forma:



Fuente: Porter (1990), Competitividad de las Empresas.

Los factores determinantes de la competitividad de las empresas, se describe a través de este diamante:

Figura 1. Diamante de Competitividad de las Empresas



Fuente: Porter (1990), Diamante de Competitividad de las Empresas.

Factores de Oferta

Es el conjunto de factores internos de la empresa que le permiten producir bienes y servicios, así como competir en el mercado. Consiste en conocer el estado de factores como son:

- Producción: nivel, calidad, capacidad, crecimiento, certificación de procesos
- Administración: eficiente, adecuada, procesos certificados.
- Recursos Humanos: nivel educativo, capacitados, desarrollo de destrezas, trabajo en equipo, etc.

- o Tecnología: actualizada, existe investigación y desarrollo, nuevos productos, procesos y/o servicios.

Factores de Demanda

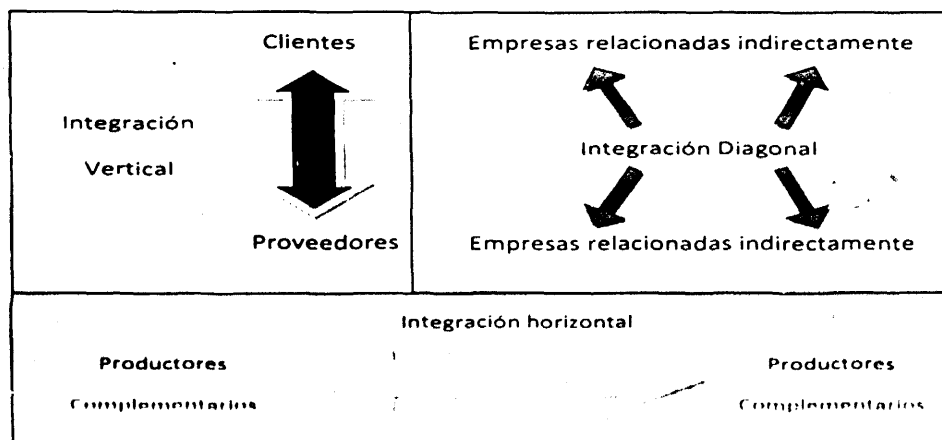
En este conjunto interesa conocer al mercado en aspectos como:

- Perfil del consumidor: gustos, preferencias, edad, frecuencia de consumo, status social y cultural, así como posibles cambios.
- Competencia: empresas rivales, sus precios y productos, así como innovaciones que realicen los primeros o la llegada de nuevos competidores.
- Participación en el mercado: qué porcentaje del mercado es ocupado por la empresa y cuál por la competencia.
- Distribución: la cobertura de los puntos de venta.
- Promoción y publicidad: las actividades para lograr elevar las ventas y/o ganar la preferencia de los clientes.
- Tendencias: cambio en las preferencias, gustos, exigencias, entre otras.

Factores de Integración

Este grupo de factores permite conocer la vinculación productiva de la empresa con otras empresas relacionadas de las siguientes formas:

Figura 2. Factores de Integración



Fuente: Porter (1990), Factores de integración.

Factores de Estrategia Empresarial

Es el integrador de los tres grupos anteriores, analiza la estructura del mercado y la influencia de las empresas rivales. Se compone por los siguientes planes:

- Administrativo
- Financiero Producción/operación
- Marketing
- Recursos Humanos
- Tecnología e innovación
- Jurídico

Con estos planes se pretende mejorar la posición de la empresa en sus distintas áreas y lograr de manera global una posición competitiva superior a sus rivales

Oportunidades (condiciones fortuitas)

Afectan de manera lateral al Diamante de Porter, son de carácter externo, la labor de la empresa es detectarlas y aprovecharlas, si:

- Tiene la posibilidad de tomarlas:
- Cuenta con los recursos necesarios
- Tiene personal suficientemente capacitado

De lo contrario, una oportunidad no será tomada e incluso podrá en algún momento revertirse en una amenaza. Ejemplo: el tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá.

Apoyos Institucionales y/o Públicos

Afectan también de manera lateral al Diamante de Porter, son de carácter externo, la labor de la empresa es conocerlas detectarlas y aprovecharlas adecuadamente, se conforma por el conjunto de instituciones privadas y públicas que dotan de apoyos diversos a las empresas. Los apoyos son:

- Financieros
- Técnicos
- Capacitación
- Certificación
- Científicos y Tecnológicos
- Certidumbre jurídica y económica

2.2.1 Teoría de Porter sobre competitividad

Debido a que Porter es uno de los autores más reconocidos actualmente en materia de competitividad y a que sus modelos son a la vez muy completos y fáciles de aplicar, en esta investigación se fundamenta como primer paso por analizar sus teorías para aplicarlas al caso concreto para la comercializar novillos del estado de Chiapas a El Salvador.

De acuerdo con Porter (1990) la competencia determina el éxito o el fracaso de las empresas. También establece la conveniencia de las actividades que pueden favorecer su desempeño como innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación. La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. Su finalidad es establecer una posición rentable y sustentable frente a las fuerzas que rigen la competencia en la industria.

Para que una empresa pueda elegir la estrategia competitiva que le conviene debe considerar dos aspectos fundamentales:

1. El atractivo de los sectores industriales desde la perspectiva de la rentabilidad y los factores de que depende.
2. Los factores de la posición competitiva que se ocupa dentro de un sector industrial.

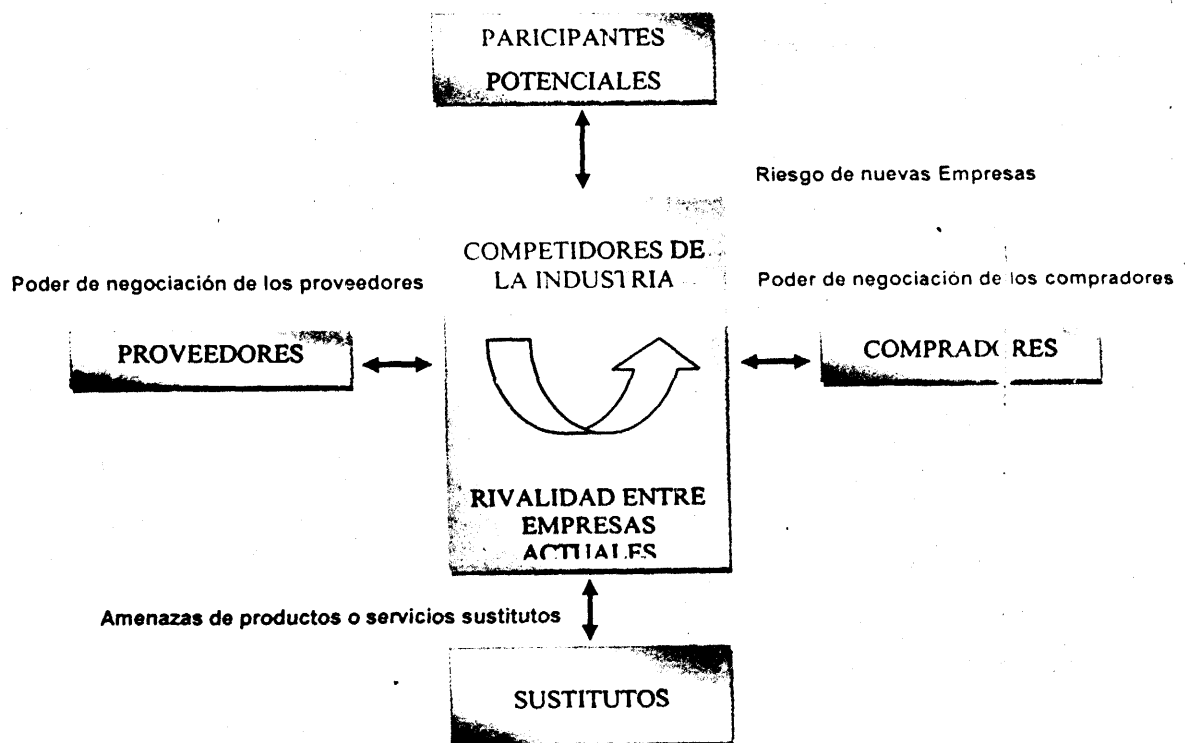
La estrategia competitiva no se puede basar sólo en uno de los dos aspectos ya que los dos son dinámicos.

Lo que determina la rentabilidad fundamental de una empresa, según Porter (1990) es el atractivo de la industria. La estrategia competitiva proviene de un conocimiento completo de las reglas de la competencia que rigen el atractivo. El fin principal de la estrategia es enfrentar esas reglas, y en teoría, modificarlas a su favor.

Las reglas de competencia Porter las engloba en un modelo denominado los cinco factores de la competencia que determinan la rentabilidad de una empresa, y sus conceptos son aplicables de igual forma tanto a productos como de servicios.

A continuación se presenta dicho modelo, mismo que será después utilizado para el análisis de la posición competitiva del Sector ganadero para el mercado de novillos.

Figura 3. Los cinco factores de la competencia que determinan la rentabilidad de una empresa



Fuente: Porter (2005). Los Cinco Factores de Ventaja Competitiva.

De manera adicional, Porter (2005) presenta un modelo casi idéntico para señalar los elementos de la estructura de las empresas pero incorporando además una lista de factores adicional:

Dentro de este modelo destacan además otros elementos de la estructura de la empresa, mismos que son:

Tabla 1. Elementos de la Estructura de la Empresa

• Las barreras contra la entrada • Economías de escala • Diferenciación de los productos • Identidad de marca • Costos cambiantes • Necesidades de capital • Acceso a los canales de distribución • Ventajas absolutas de costos • Curva patentada de aprendizaje • Acceso a insumos necesarios • Diseño de productos patentados baratos • Política gubernamental • Represalia esperada.	• Los determinantes de la rivalidad en cuanto al poder de negociación • Crecimiento de la industria • Costos fijos • Exceso intermitente de capacidad • Diferencias de productos • Identidad de marca • Costos cambiantes • Concentración y equilibrio • Complejidad informativa • Diversidad de competidores • Intereses corporativos • Barreras contra la salida
Los determinantes del poder de los proveedores son: • Diferenciación de insumos • Costos cambiantes de proveedores y empresa de la industria • Concentración de proveedores • Importancia del volumen para el proveedor • Costo relativo a las compras totales en la industria • Impacto de los insumos en el costo o la diferenciación Amenaza de integración hacia delante relativa al riesgo de integración hacia atrás por las empresas de la industria	• Las determinantes de la amenaza de sustitución son: • Desempeño relativo a los sustitutos en el precio • Costos cambiantes • Propensión de los compradores a sustituir

Las determinantes del poder de los compradores se dividen en apalancamiento de negociación y sensibilidad al precio. Los integran:

- **Apalancamiento de la negociación**
- Concentración de los compradores frente a concentración de empresas
- Volumen de los compradores
- Costos cambiantes de los compradores en relación con los de las empresas
- Información de los compradores
- Capacidad de integrar hacia atrás
- Producto sustituto
- Empuje

- **Sensibilidad al precio**
- Precio/compras totales
- Diferencias de producto
- Identidad de la marca
- Impacto de la calidad/desempeño
- Utilidades del comprador

Fuente: Porter (2005), Ventaja competitiva.

Los cinco factores del modelo determinan la rentabilidad de la industria debido a que influyen en los precios, en los costos y en la inversión que deben realizar las compañías, es decir, en los elementos de rendimiento.

La fuerza de los cinco factores de la competencia depende de la estructura de la industria: de las características económicas y técnicas de un sector.

La estructura de la industria es relativamente estable, pero puede cambiar a medida que evoluciona el sector industrial. El cambio estructural modifica la solidez global y la relativa de las fuerzas de la competencia y por ello puede ejercer un impacto positivo o negativo en la rentabilidad. Si los cinco factores de la competencia y sus determinantes estructurales dependieran sólo de las características intrínsecas de la industria, la estrategia competitiva se basaría en escoger el sector adecuado y en conocer los mejores rivales.

2.3 Modos de entrada a un mercado internacional

Kotler (1986) una vez que la empresa decide entrar a un mercado extranjero, la pregunta reside en la selección del mejor modo de entrada. Existen formas de entrada a mercados extranjeros, los cuales se describen a continuación:

Exportación: Es la forma más sencilla de penetración internacional, consiste en que la compañía produce fuera de su destino de venta y lo envía para su venta. Como es lógico, cualquier exportación debe superar requisitos legales para el normal desarrollo de las actividades, y debe cumplir con las políticas de los países destino.

Licenciamiento: Consiste en otorgar derechos legales (patentes, marcas, procesos), a compañías en el extranjero que estén interesadas en exportar el nicho de mercado. El licenciamiento es el mecanismo más seguro de penetración internacional, pero al mismo tiempo es generalmente el menos rentable.

Franchising: Es el otorgamiento de un paquete fijo de productos y sistemas de producción bajo el módulo de licencia. El contratante aporta el conocimiento de mercado y participa en el manejo, mientras que el dueño de la franquicia aporta su marca y su modelo de negocio.

Participación: Consiste en compartir el manejo de las empresas colaboradoras en el exterior. Accediendo a las fortalezas del socio que se encuentra en el extranjero y su conocimiento y experiencia previa. Es basar las actividades de la empresa que quiere expandirse con empresas en el exterior para que le maneje su distribución y comercialización.

Consorcio: Es parecida a la participación, pero generalmente implica muchos participantes y grandes cantidades de recursos. El consorcio generalmente se genera cuando ninguna empresa en el exterior ha llegado al mercado objetivo.

Maquila y manufactura propia: Implica la producción en el mercado destino. es la forma de mayor riesgo de penetración pero generalmente la más rentable, como es lógico, para crear empresas en el exterior el retorno de la inversión debe ser muy alto para recuperar costos a mediano plazo.

Contrato de administración: Básicamente consiste en subcontratar el manejo externo de la empresa a cambio de honorarios e incentivos por resultados. Se da cuando la compañía que quiere penetrar un mercado extranjero no desea utilizar parte de sus recursos en la administración externa.

Adquisiciones y fusiones: Consiste en comprar empresas “gemelas” en el extranjero y utilizarlas como catapulta de inserción internacional. Implica el control total de la compañía comprada y capacidad logística completa para asumir su manejo. También implica riesgo alto, acompañada de alta rentabilidad.

Joint Venture: Es básicamente cuando dos o más socios arrancan de cero en modelos basados en comienzo y creación de nuevas empresas con operaciones en el extranjero.

2.3.1 Definición de exportación

Hill (2002) menciona que la exportación no es una actividad sólo para empresas multinacionales, muchas empresas pequeñas se han beneficiado de las oportunidades económicas de ésta.

Existen muchas definiciones asociadas con este término. Como se explica en algunos casos, la exportación es simplemente la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras o mares que separan las naciones. Pero si vamos a un concepto mucho más técnico, la exportación, la legislación aduanera de México, es considerada como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o una zona franca industrial de bienes y/o servicios para permanecer en ella de manera definitiva.

2.3.2 Tipos de exportación

Exportación directa: Es el tipo de exportación en la que no existen intermediarios, es por ello que prevalece un compromiso mayor por parte de la compañía al involucrarse en el comercio internacional. Puede requerir una persona staff o un grupo de personal que respalde el proceso, la administración probablemente tendrá que viajar al extranjero frecuentemente.

Exportación indirecta: Se realiza a través de un intermediario, como agentes u organismos que se encargan de exportar.

La exportación definitiva: la salida de mercancías del territorio nacional para permanecen en el extranjero por tiempo ilimitado. (Art. 102 de la Ley Aduanera).

La exportación temporal: la salida de mercancías del territorio nacional para retornar posteriormente al país. Se realiza con el objeto de permanecer en el extranjero por tiempo limitado y con una finalidad específica, para retornar al país en el mismo Estado, o para la elaboración, transformación o reparación.

De acuerdo Lamb, Hair y McDaniel (1998), dichos agentes se clasifican de la siguiente manera:

El intermediario: es el comerciante exportador o comprador para exportación quien funge como cliente local para el fabricante nacional. Éste asume todos los riesgos y vende independientemente en el mercado internacional. La empresa nacional únicamente participa de acuerdo a la medida en que sus productos se vendan en el extranjero.

El corredor de exportación: La función principal del corredor de exportaciones es reunir a compradores y vendedores. El corredor recibe una comisión, sea del comprador o del vendedor, y no asume responsabilidad financiera por la transacción. Normalmente, un corredor no trabaja con más de dos productos básicos, es un segundo tipo de intermediario

Agentes de exportación, Un agente de exportación opera en la misma capacidad que un representante del fabricante, los cuales se ubican en el mercado extranjero, y además de contactar al productor con el cliente, como en el caso anterior, también

desempeña otras funciones como la búsqueda de financiamiento internacional, los embarques o la distribución.

2.4. Antecedente del Índice agostadero del estado de Chiapas

México ocupa el 8º lugar mundial por el número de cabezas que forman su hato ganadero (31 823 000 de cabezas en 1992), lo que le permite a partir de 1986 ser, en términos de cabezas, el segundo exportador mundial de ganado en pie, y en términos de valor el 3º (1 350 000 cabezas anuales en 1992). Aun así, curiosamente desde 1982 nuestro país se ha convertido en importador de carne proveniente de Estados Unidos.

Chiapas aporta el 9.2 por ciento de los bovinos nacionales, lo que implica para el propio estado que, aun contando con una producción de todos los tipos importantes de ganado, los bovinos ocupen el 91 por ciento del valor final de su producción ganadera. En cuanto a la producción, el grueso de la producción de ganado bovino está dispersa en grandes áreas por todo el estado mientras que en conjunto su estructura está dividida en áreas de crianza (en la cuenca del Grijalva) y áreas de engorda (en el norte del Estado) desde donde las reses son colocadas en un tren con destino al centro del país, y probablemente hacia su exportación.

En las cifras oficiales el estado aparece como importante productor de ganado, sin embargo, su consumo de carne es bajo, siendo que además tampoco aparece registrado como un importante exportador. Lo primero se explica por el bajo nivel de vida de la población; lo segundo por el hecho de que la participación del sureste mexicano en la exportación de ganado bovino a Estados Unidos es muy poco clara y tal vez podría pensarse en algún tipo de contrabando. En todo caso las apariencias sugieren que la mayor parte del ganado bovino chiapaneco es encauzada hacia el abasto nacional.

La actividad ganadera del Estado siempre ha sido desarticulada y ha pesado sobre la frontera agrícola y forestal, lo que determina en gran parte su carácter extensivo y la falta de inversiones en tecnología pecuaria. Los ganaderos chiapanecos no centran el

grueso de sus ganancias en la extracción directa y masiva de plus valor en general o plus valor extraordinario, sino, aprovechando las vetas del potencial de agostadero, en alta renta diferencial.

México, se ha dedicado durante décadas a producir ganado en pie de segunda clase, útil para la elaboración de carne de procesamiento (para embutidos, carne molida, etc.) Sin embargo, la crisis internacional de la ganadería propicia, durante los años ochenta, una transformación técnica en la ganadería intensiva de la metrópoli, elevando su productividad y suprimiendo con ello las ventajas comparativas de la ganadería extensiva de la periferia. Tal pérdida de competitividad no es asumida por la ganadería mexicana como aliciente para una reconversión. Por el contrario, dicha crisis del mercado mundial tiende a exacerbar aún más los abusos de la ganadería extensiva, siendo Chiapas el Estado de la república donde más acentuadamente se observa esta tendencia. El hecho de que las áreas con los mayores índices de agostadero del país atraigan la codicia de los ganaderos chiapanecos hacia las tierras de los altos y la Selva -conformando la llamada franja finquera-, donde se localizan zonas con la más elevada concentración demográfica del país, genera un violento y prolongado proceso de expulsión de la población indígena hacia el área de las cañadas.

En todo caso, los ganaderos más ricos, como siempre, tienen la posibilidad de modernizarse hacia la ganadería intensiva o incluso adecuar sus tierras en la obtención de otros productos como la madera para pulpa de papel, tal y como actualmente grandes transnacionales del ramo están promoviendo entre los ganaderos tabasqueños.

2.5 Salvaguardia agrícola especial en el TLC entre México y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras

Se observa el incremento temporal de un derecho o impuesto a pagar, para contrarrestar el aumento de las importaciones o la caída de los precios de un producto agrícola sensible. A diferencia de lo que ocurre en el caso de las salvaguardias generales, en el sector de la agricultura pueden activarse automáticamente derechos de

salvaguardia más elevados cuando el volumen de las importaciones crece por encima de un determinado nivel o si los precios descienden por debajo de un determinado nivel, y no es necesario determinar que se está causando un daño grave a la rama de producción nacional.

2.5.1 Salvaguardia agrícola especial entre El Salvador y México

1. El Salvador, no obstante lo establecido en su lista podrá adoptar o mantener una salvaguardia agrícola especial (SAE) bilateral en forma de cuota, sobre un bien agropecuario listado en este anexo, con base en lo siguiente:
 - a) la tasa arancelaria para las importaciones bajo cuota será el resultante de aplicar el Programa de Desgravación Arancelaria para el bien en cuestión.
 - b) la tasa arancelaria para las importaciones fuera de la cuota será la menor entre la tasa base y la tasa NMF prevaleciente al momento de la importación.
2. Ninguna Parte podrá, respecto de un mismo bien, aplicar al mismo tiempo una SAE y una salvaguardia bilateral.
3. El periodo de aplicación de una SAE será hasta que finalice el año calendario.
4. Este mecanismo se aplicará hasta finalizar el Programa de Desgravación Arancelaria.
5. El monto de la cuota para los siguientes bienes será:

Tabla 2. Programa de Desgravación Arancelaria

Código	Bienes	Cuota (toneladas)	Crecimiento de la cuota %
0210.12.00	Tocino entreverado de panza (panceta) y sus trozos	40	5%
0703.10.1	Cebollas	8,000	5%
0804.40.00	Aguacate	9,883	5%
1101.00.00	Harina de trigo	120	5%
1601.00.10	De bovino	100	5%
1601.00.20	De aves	220	10%
1601.00.30	De porcino	40	5%
1601.00.80	Otros (embutidos)	340	10%
1601.00.90	Mezclas	80	5%
1602.41.00	Jamones	180	10%
1901.20.00	Mezclas y pastas para la preparación de los productos	1905	40 5%

	de panadería, pastelería o galletería de la partida		
1902.11.00	Que contengan huevo	40	5%
1902.19.00	Las demás (pastas)	260	10%
1902.20.00	Pastas alimenticias rellenas, incluso cocidas o preparadas de otra forma	40	5%
1902.30.00	Las demás pastas alimenticias	332	10%
1905.30.00	Galletas dulces	700	10%

Fuente: TLC México, Guatemala, El Salvador y Honduras.

6. El Salvador asegurará la mecánica necesaria para la correcta activación de la salvaguardia. Así mismo, la administración de la salvaguardia será "primero en tiempo, primero en derecho".

2.5.2 Salvaguardia agrícola especial entre Guatemala y México

1. Guatemala podrá aplicar para los bienes contenidos en el literal; a) del apéndice a esta sección, a partir del segundo año de vigencia del tratado, a solicitud de parte interesada, una salvaguardia agrícola especial (SAE) cuando la totalidad de las siguientes tres condiciones se cumplan:

a) el volumen de importaciones de un bien proveniente de México tenga una participación promedio ponderada de las importaciones totales de Guatemala de ese bien en los últimos tres años calendario, mayor a la que se describe en el apéndice a esta sección;

b) las importaciones de Guatemala provenientes de México del bien en cuestión hayan sobrepasado el 10 por ciento de su tasa de crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario.

c) la tasa de crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario de las importaciones de Guatemala provenientes de México en dicho bien sea mayor al 5 por ciento.

2. México podrá aplicar para los bienes contenidos en el literal; b) del apéndice a esta sección, a partir del segundo año de vigencia del tratado, a solicitud de parte interesada, una SAE cuando la totalidad de las siguientes tres condiciones se cumplan:

a) el volumen de importaciones de un bien proveniente de Guatemala tenga una participación promedio ponderada de las importaciones totales de México de ese bien en los últimos tres años calendario, mayor a 5 por ciento;

b) las importaciones que México realiza de todo el mundo del bien en cuestión hayan sobrepasado el 10 por ciento de su crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario.

c) el crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario de las importaciones que México realiza de todo el mundo del bien en cuestión sea mayor al 5 por ciento.

3. La aplicación de la SAE consistirá en un aumento del arancel resultante de aplicar el Programa de Desgravación Arancelaria, al arancel menor entre el NMF vigente al momento de la importación y la tasa base indicada para dicho bien en el Programa de Desgravación Arancelaria.

4. La aplicación de la SAE no estará sujeta a compensación alguna.

5. El periodo de duración de la SAE será de hasta 12 meses, prorrogables hasta por 12 meses más. La Parte importadora notificará a la otra Parte su intención de prorrogar dicha medida por lo menos con 30 días de anticipación al vencimiento de la vigencia de la misma.

6. Una vez aplicada una SAE, la Parte importadora podrá aplicarla nuevamente hasta que haya transcurrido un período igual al de la duración de la medida conforme al párrafo 5. Esta nueva medida no podrá tener una duración mayor a 12 meses.

7. Una vez que se haya aplicado el mecanismo descrito en los párrafos 5 y 6, ninguna Parte podrá aplicarlo nuevamente. En consecuencia, ninguna Parte podrá aplicar una SAE a un bien del apéndice a esta sección por más de 24 meses si en la primera vez que se activó este mecanismo no hubo prórroga conforme al párrafo 5 o por más de 36 meses si la SAE se aplicó nuevamente conforme al párrafo 6.

8. Una Parte podrá aplicar una SAE durante el periodo de desgravación establecido en el Programa de Desgravación Arancelaria de cada bien, y hasta tres años después de haber finalizado la desgravación respectiva.

9. No obstante lo establecido en los párrafos 7 y 8, una Parte podrá adoptar y aplicar una SAE para los bienes comprendidos en el apéndice a esta sección, con el consentimiento de la otra.
10. Una Parte no podrá adoptar y aplicar simultáneamente una SAE y una salvaguardia bilateral, de un mismo bien.
11. La SAE adoptada por la Parte importadora surtirá efectos a partir del día en que se publique la medida en el órgano de difusión previsto en la legislación de la Parte importadora, incorporando la información pertinente que justifique la implementación de la misma.
12. No obstante la aplicación de la SAE, las Partes podrán celebrar consultas para intercambiar información y para tratar de alcanzar acuerdos de mutuo beneficio.
13. Los bienes excluidos del Programa de Desgravación Arancelaria tendrán el derecho a la utilización de este mecanismo cuando se incorporen al mismo. Los términos para la aplicación de la SAE a estos bienes se revisarán caso por caso.

Tabla 3. Bienes originarios provenientes de México a Guatemala sujetos a la SAE.

Fracción	Descripción	Participación
0703.10.11	Amarilla	30%
0703.10.12	Blancas	70%
0703.20.00	Ajos	30%
0704.10.00	Coliflores y brécoles ("brócoli")	30%
09.60.10	Pimientos (chiles) dulces	50%
0804.50.10	Mangos	65%
1101.11.00	Harina de trigo o de morcajo (tranquillón)	40%
1517.10.00	Margarina, excepto la margarina líquida	30%
1601.00.90	Mezclas	30%
1602.41.00	Jamones y trozos de jamón	30%
1602.42.00	Paletas y trozos de paleta	65%
1704.10.00	Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar	70%
1704.90.00	Los demás	30%
1905.90.00	Los demás	65%
2005.20.00	Papas (patatas)	65%

2005.59.00	Los demás	30%
2009.19.90	Otros	65%
2009.70.90	Otros	65%
2009.80.90	Otros	50%
2102.10.90	Otras	30%
2103.20.00	Salsa de tomate	30%
2104.10.00	Preparaciones para sopas, potajes o caldos; sopas, potajes o caldos, preparados	30%
2203.00.00	Cerveza de malta	65%
2208.40.10	Ron1	65%
2208.40.90	Otros	50%

Fuente: TLC México, Guatemala, El Salvador y Honduras.

También se aplica la desgravación los bienes originarios provenientes de Guatemala a introducirse a México sujetos al SAE.

Tabla 4. Bienes originarios provenientes de Guatemala a México sujetos a la SAE.

Fracción	Descripción
1704.10.01	Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar
1704.90.99	Los demás
1905.90.99	Los demás
2104.10.01	Preparaciones para sopas, potajes o caldos; sopas, potajes o caldos, preparados
2207.10.01	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual a 80% vol.
2401.20.01	Tabaco rubio, Burley o Virginia

Fuente: TLC México, Guatemala, El Salvador y Honduras.

2.5.3 Salvaguardia agrícola especial entre Honduras y México

1. Honduras podrá aplicar para los bienes contenidos en el literal a) del apéndice a esta sección, a partir del segundo año de vigencia del tratado, a solicitud de parte interesada, una salvaguardia agrícola especial (SAE) cuando la totalidad de las siguientes tres condiciones se cumplan:

a) el volumen de importaciones de un bien proveniente de México tenga una participación promedio ponderada mayor al 30 por ciento de las importaciones totales de Honduras de ese bien de los últimos tres años calendario;

b) las importaciones de Honduras provenientes de México del bien en cuestión hayan sobrepasado el 10 por ciento de su tasa de crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario; y

c) la tasa de crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario de las importaciones de Honduras provenientes de México en dicho bien sea mayor al 5 por ciento.

2. México podrá aplicar para los bienes contenidos en el literal b) del apéndice a esta sección, a partir del segundo año de vigencia del tratado, a solicitud de parte interesada, una SAE cuando la totalidad de las siguientes tres condiciones se cumplan:

a) el volumen de las importaciones de un bien proveniente de Honduras tenga una participación promedio ponderada mayor al 3 por ciento de las importaciones totales de México de ese bien de los últimos tres años calendario;

b) las importaciones que México realiza de todo el mundo del bien en cuestión hayan sobrepasado el 10 por ciento de su tasa de crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario;

c) la tasa de crecimiento promedio anual de los últimos tres años calendario de las importaciones que México realiza de todo el mundo del bien en cuestión sea mayor al 5 por ciento.

3. La aplicación de la SAE consistirá en un aumento del arancel resultante de aplicar el Programa de Desgravación Arancelaria, al arancel menor entre el NMF vigente al momento de la importación o la tasa base indicada para dicho bien en el Programa de Desgravación Arancelaria.

4. La aplicación de la medida de SAE no estará sujeta a compensación alguna.

5. El periodo de duración de la SAE será de hasta 12 meses, prorrogables hasta por 12 meses más. La Parte importadora notificará a la otra Parte su intención de prorrogar dicha medida por lo menos con 30 días de anticipación al vencimiento de la vigencia de la misma.
6. Una vez aplicada una medida de SAE, la Parte importadora podrá aplicarla nuevamente hasta que haya transcurrido un periodo igual al de la duración de la medida conforme al párrafo 5. Esta nueva medida no podrá tener una duración mayor a 12 meses.
7. Una vez que se haya aplicado el mecanismo descrito en los párrafos 5 y 6, ninguna Parte podrá aplicarlo nuevamente. En consecuencia, ninguna Parte podrá aplicar una SAE a un bien del apéndice a esta sección por más de 24 meses si en la primera vez que se activó este mecanismo no hubo prórroga conforme al párrafo 5 o por más de 36 meses si la SAE se aplicó nuevamente conforme al párrafo 6.
8. Una Parte podrá aplicar una SAE durante el periodo de desgravación establecido en el Programa de Desgravación Arancelaria de cada bien, y hasta tres años después de haber finalizado la desgravación respectiva.
9. No obstante lo establecido en los párrafos 7 y 8, una Parte podrá adoptar y aplicar una SAE para los bienes comprendidos en el apéndice a esta sección, con el consentimiento de la otra.
10. Una Parte no podrá adoptar y aplicar simultáneamente una SAE y una salvaguardia bilateral, de conformidad con el capítulo VIII, respecto de un mismo bien.
11. La SAE adoptada por la Parte importadora, surtirá efectos a partir del día en que se publique la medida en el órgano de difusión previsto en la legislación de la Parte importadora, incorporando la información pertinente que justifique la implementación de la misma.
12. No obstante la aplicación de la SAE, las Partes podrán celebrar consultas para intercambiar información y para tratar de alcanzar acuerdos de mutuo beneficio.
13. Los bienes excluidos del Programa de Desgravación Arancelaria tendrán el derecho a la utilización de este mecanismo cuando éstos se incorporen al mismo. Los términos para la aplicación de la SAE a estos bienes se revisarán caso por caso.

Tabla 5. Bienes originarios provenientes de México a Honduras sujetos a la SAE

Fracción	Descripción
0701.90.00	Las demás
0703.10.11	Amarilla
0703.10.12	Blancas
0703.10.13	Rojas
0703.10.19	Las demás
0804.40.00	Aguacate
1103.11.00	De trigo
1601.00.20	De aves de la partida No. 0105
1601.00.30	De porcino
1601.00.90	Mezclas
1602.41.00	Jamones y trozos de jamón
1704.10.00	Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar
1704.90.00	Los demás
1902.19.00	Las demás
1902.30.00	Las demás pastas alimenticias
1905.30.00	Galletas dulces, barquillos y obleas incluso rellenos
2009.19.90	Otros
2009.40.00	Jugo de piña
2009.50.00	Jugo de tomate
2009.90.00	Mezclas de jugos
2103.20.00	Salsa de tomate
2203.00.00	Cerveza de malta

Fuente: TLC México, Guatemala, El Salvador y Honduras.

En la siguiente tabla se observa la desgravación de los bienes originarios provenientes de Honduras a introducir a México sujetos al SAE.

Tabla 6. Bienes originarios provenientes de Honduras a México sujetos a la SAE.

Fracción	Descripción
0201.30.01	Deshuesada
0202.30.01	Deshuesada
0306.13.01	Camarones, langostinos y demás Decápodos natantia
0701.90.99	Las demás
0804.30.01	Piñas (ananás)
0807.19.01	Melón chino ("cantaloupe")

0807.19.99	Los demás
0807.20.01	Papayas
2009.11.01	Congelado
2103.20.99	Las demás
2401.20.01	Tabaco rubio, Burley o Virginia

Fuente: TLC México, Guatemala, El Salvador y Honduras.

Comité de comercio agropecuario

De conformidad con Comité de Comercio Agropecuario estará integrado por:

- a) para el caso de El Salvador: el Ministerio de Economía, o su sucesor;
- b) para el caso de Guatemala: el Ministerio de Economía, o su sucesor;
- c) para el caso de Honduras: la Secretaría de Estado en los Despachos de Industria y Comercio, o su sucesora; y
- d) para el caso de México: la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, o sus sucesoras.

Comercio de azúcar entre Guatemala y México

1. Las Partes acuerdan establecer un Comité de Análisis Azucarero integrado por representantes de cada una de ellas.
2. El Comité revisará, caso por caso, para determinar las condiciones preferenciales del intercambio comercial del azúcar, cuando una Parte solicite acceso preferencial del bien en un año en particular. En caso que una Parte haya sido exportador de azúcar en un año en particular, en el siguiente año no habrá concesión de acceso preferencial para la otra Parte.
3. Para los bienes especificados en los párrafos 4 y 5, las Partes mantienen sus derechos y obligaciones derivados del Acuerdo sobre la OMC respecto a las medidas arancelarias y no arancelarias, salvo en los casos en los que el Comité acuerde otra cosa.
4. Para efectos, se entenderá por azúcar, para las importaciones a México las siguientes subpartidas o fracciones arancelarias descritas en la Tarifa del Impuesto General de Importación de México: 1701.11.01, 1701.11.99, 1701.12.01, 1701.12.99, 1701.91, 1701.99.01 (excepto aquéllas que contengan saborizantes), y 1701.99.99.

5. Para efectos, se entenderá por azúcar, para las importaciones a Guatemala las siguientes subpartidas o fracciones arancelarias descritas en el SAC: 1701.11.00, 1701.12.00, 1701.91.00, y 1701.99.00 (excepto aquéllas que contengan sabor zantes).

2.5.4 Definiciones de medidas sanitarias y fitosanitarias

1. Para efectos, las Partes aplicarán como referencia las definiciones y términos establecidos:

- a) en el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, que forma parte del Acuerdo sobre la OMC (Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias);
- b) por la Oficina Internacional de Epizootias (OIE);
- c) en la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria; y
- d) por la Comisión del Codex Alimentarius.

2. Adicionalmente, para efectos de este capítulo, las Partes entenderán por:

Aditivo alimentario: cualquier sustancia que por si misma no se consume normalmente como alimento, ni tampoco se usa como ingrediente básico en alimentos, tenga o no valor nutritivo, y cuya adición al alimento en su fase de producción, fabricación, elaboración, preparación, tratamiento, envasado, empaquetado, transporte o almacenamiento, resulte (o pueda esperarse que razonablemente resulte) directa o indirectamente por sí o sus subproductos, un componente del alimento o bien afecte a sus características. Esta definición no incluye "contaminantes" o sustancias añadidas al alimento para mantener o mejorar las cualidades nutricionales;

Alimento: toda sustancia elaborada, semielaborada o bruta, que se destina al consumo humano, incluyendo las bebidas, el chicle y cualesquiera otras sustancias que se utilicen en la fabricación, preparación o tratamiento de los alimentos, pero no incluye los cosméticos, el tabaco, ni las sustancias utilizadas solamente como medicamentos;

Contaminante: cualquier sustancia u organismo vivo no añadido intencionalmente al alimento, que esté presente en dicho alimento como resultado de la producción (incluidas las operaciones realizadas en agricultura, zootecnia y medicina veterinaria), fabricación, elaboración, preparación, tratamiento, envasado, empaquetado, transporte

o almacenamiento de dicho alimento o como resultado de contaminación ambiental, este término incluye los contaminantes físicos;

Inocuidad de los alimentos: cualidad que asegura que los alimentos no presentan ningún riesgo a la salud humana;

Procedimiento de aprobación: cualquier procedimiento de registro, certificación, notificación o cualquier otro procedimiento administrativo obligatorio para aprobar el uso de un aditivo o establecer una tolerancia de un contaminante para fines definidos o bajo condiciones acordadas en un alimento, bebida o pienso, previo a permitir su uso o comercialización cuando alguno de éstos contenga el aditivo o contaminante;

Procedimiento de control o inspección: cualquier procedimiento utilizado, directa o indirectamente, para determinar si se cumple una medida sanitaria o fitosanitaria, incluidos muestreo, pruebas, inspección, verificación, monitoreo, auditoría, acreditación, u otros procedimientos que involucren el examen físico de un bien, del empaquetado del bien, o del equipo o las instalaciones directamente relacionadas con la producción, comercialización o uso de un bien, pero no significa un procedimiento de aprobación.

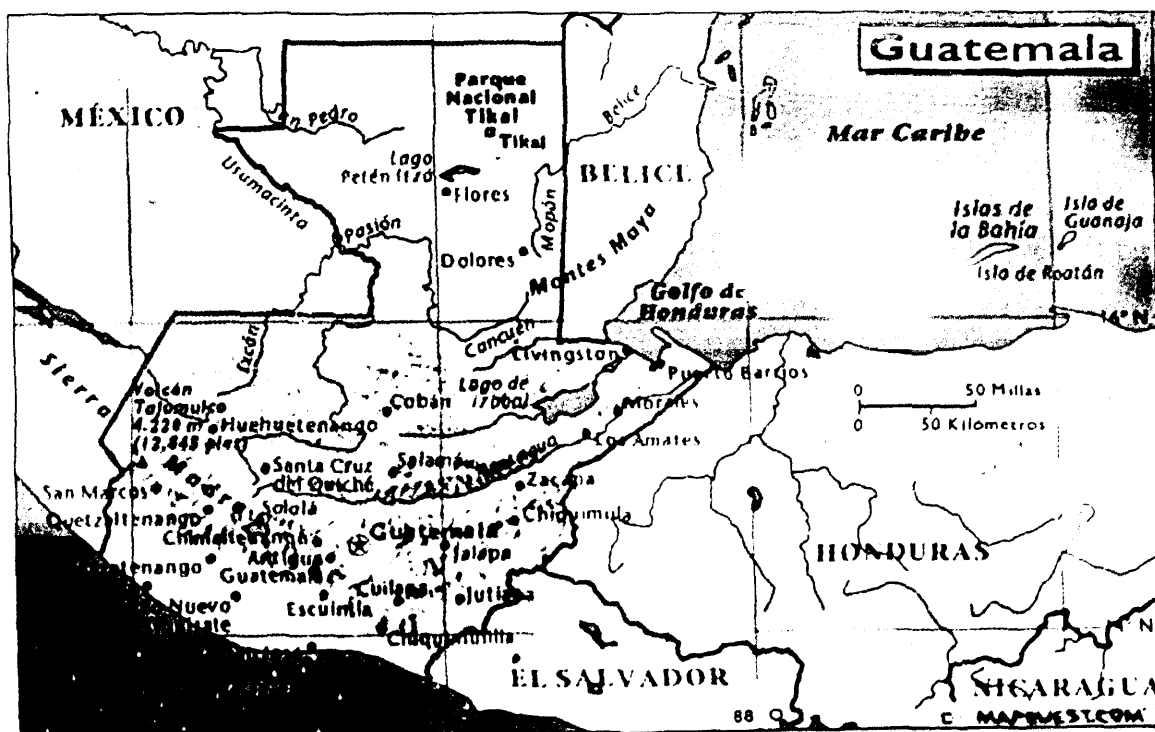
Plaguicida: cualquier sustancia destinada a prevenir, destruir, atraer, repeler o combatir cualquier plaga, incluidas las especies indeseadas de plantas o animales, durante la producción, almacenamiento, transporte, distribución y elaboración de alimentos, productos agrícolas o alimentos para animales, o que pueda administrarse a los animales para combatir ectoparásitos. El término incluye las sustancias destinadas a utilizarse como reguladores del crecimiento de las plantas, defoliantes, desecantes, agentes para reducir la densidad de fruta o inhibidores de la germinación y las *sustancias aplicadas a los cultivos antes o después de la cosecha para proteger el producto contra el deterioro durante el almacenamiento y transporte*. El término no incluye normalmente los fertilizantes, nutrientes de origen vegetal o animal, aditivos alimentarios ni medicamentos para animales;

Residuos de plaguicida: cualquier sustancia especificada presente en alimentos, productos agrícolas o alimentos para animales como consecuencia del uso de un plaguicida. El término incluye cualquier derivado de un plaguicida, como productos de conversión, metabolitos y productos de reacción y las impurezas consideradas de importancia toxicológica.

2.6 ¿Cómo exportar a Guatemala?

Cuando una empresa exporta por primera vez a determinado país, se enfrenta a un mercado totalmente nuevo, probablemente con diferentes costumbres, gustos, leyes, requisitos para acceder al mercado, canales de distribución, entre otros, por lo cual antes de tomar la decisión de exportar es recomendable buscar información del nuevo mercado.

Figura 5. Mapa de Guatemala



Fuente: BANCOMEXT(2007)

2.6.1 Datos generales

La capital de Guatemala es Ciudad de Guatemala. El Idioma Oficial es el español, sin embargo se habla 23 lenguas o dialectos indígenas. La moneda es el Quetzal.

Su ubicación Geográfica se encuentra en América Central, con un área de 109.117 Km². Limita al norte y al oeste con la República de México, al sur con el océano

Pacífico y al este con el océano Atlántico, Honduras y Belice, y al sur este con El Salvador.

Entre las principales ciudades podemos mencionar Guatemala, Antigua Guatemala, Quetzaltenango, Esquintla y Puerto Barrios. Guatemala está dividido en 22 departamentos, los cuales están subdivididos en 330 municipalidades. Los departamentos son: Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chimaltenango, Chiquimula, El Progreso, Escuintla, Guatemala, Huehuetenango, Izabal, Jalapa, Jutiapa, Peten, Quetzaltenango, Quiché, Retalhuleu, Sacatepequez, San Marcos, Santa Rosa, Sololá, Suchitepequez, Totonicapán y Zacapa.

El clima de Guatemala es muy variado, pero no presenta temperaturas extremas, hay dos estaciones bien definidas el verano (noviembre- abril) y el invierno (mayo - octubre). Lo anterior permite conocer las estaciones del año en las cuales se lograrían entrar al mercado guatemalteco, con los productos de la mayor predilección en base a la demanda de los mismos.

Guatemala es una República Democrática, que cuenta con tres poderes:

Poder Ejecutivo: Encabezado por el Presidente y Vicepresidente que son electos directamente por un período de cuatro años, sin posibilidad de reelección. Existen doce ministerios, además de diversas secretarías y otras dependencias del Ejecutivo.

Poder Legislativo: conformado por 80 diputados. 64 son designados por distritos electorales y el resto por listado nacional. Son electos por medio del sufragio directo y por un período de cuatro años.

Poder Judicial: compuesto por la corte suprema de justicia, que tiene al menos siete magistrados electos por el congreso para un período de cuatro años. Además forma parte de este poder la corte de constitucionalidad y el tribunal supremo de electoral. Consejo de Elección y corte de cuentas.

2.6.2 Cultura de negocios

La sociedad guatemalteca se caracteriza por tener bien definido el cómo hacer negocios en su país, por ello su actitud y comportamiento en este tema es muy singular.

Si desea realizar reuniones con empresarios en este país, se recomienda tomar en cuenta lo siguiente:

- La vestimenta deberá de ser la adecuada según la ocasión.
- Es recomendable que antes de su visita aprenda un poco de la historia y cultura de Guatemala. Por lo general, el guatemalteco se siente muy complacido de conversar con alguien que conoce y aprecia su cultura. Igualmente, es muy probable que sientan curiosidad por datos e historia de nuestro país.
- Asegúrese de tener suficientes tarjetas de presentación y en buen estado.
- Cuando entregue una tarjeta de presentación acompáñela con una sonrisa.
- Si decide contratar a terceros para la preparación de agenda de negocios, manténgase en contacto directo y constante con ellos para optimizar los resultados de sus visitas.
- Sería recomendable asistir acompañado a sus visitas por un ejecutivo medio, quien posteriormente le daría seguimiento a las negociaciones.
- Es conveniente tener conocimiento general de las empresas que va a visitar antes de llegada para demostrar que tiene interés en ella.
- Planifique bien su tiempo y asista puntualmente, esto dará una buena imagen de su persona y de la empresa que representa.
- Evite hacer críticas de algún tipo, puede poner en entre dicho sus valores personales y éticos y demostrará que sus intenciones de negocio son serias.
- Nunca olvide demostrarle al cliente que es un merecedor de lo mejor, sin caer en alabanzas estériles.
- Por lo general en Guatemala, aquellos que están en altos cargos directivos son los que tienen la última decisión, pero a veces no son quienes le reciben, sin embargo el trato hacia los interlocutores debe ser como si lo fueran, porque es probable que algunas personas de cargos más bajos, tengan participación en las decisiones finales.
- Consolide la relación con sus clientes asegurándose que no tendrán problemas con los productos que compran. Dedíqueles tiempo y explíqueles como deben utilizarse; y si su producto es un servicio, muestre como obtener los mejores

resultados o como seguir obteniendo los beneficios ofrecidos.

- La inversión en Guatemala recibe el mismo tratamiento que la inversión nacional y está sujeta a la misma legislación fiscal. La ley de inversión Extranjera, decretó promover la inversión extranjera en distintas áreas productivas del país, dada su generación de empleo y coadyuva al desarrollo y fortalecimiento de la inversión nacional.
- A continuación se observa la siguiente tabla con los días feriados en Guatemala:

Tabla 7. Días Festivos de Guatemala

	Días Festivos
<i>Fecha</i>	<i>Celebración</i>
Enero 1	Año nuevo
Jueves Santo	
Viernes Santo	
Abril 26	Día de la secretaria
Mayo 01	Día del Trabajo
Mayo 10	Día de la madre
Junio 30	Día del ejercito
Agosto 15	día de la Asunción Patrona de Guatemala
Octubre 20	Conmemoración de la Revolución de 1944
No-viembre 01	Día de todos los Santos
Diciembre 24	Medio día Noche Buena
Diciembre 25	Navidad
Diciembre 31	Medio día Fin de Año

Fuente: BANCOMEXT(2007)

2.6.3 Comercialización de los productos

Agentes de Comercio, Distribuidores y Representantes El Decreto aspectos referentes a contratos mercantiles celebrados en nombre y por cuenta de otras personas, estableciendo las diferentes formas para hacer efectivo el cumplimiento de cada uno de los mismos.

La ley de Agentes de Comercio, Distribuidores y Representantes hace una clasificación de los agentes de comercio de la siguiente manera:

- a) **Agente Dependientes:** Quienes actúan a cuenta del principal, forman parte de su empresa y están ligados a éste por una relación de carácter laboral.
- b) **Agente Independientes:** Son quienes actúan por medio de su propia empresa y están ligados con el principal por un contrato mercantil.
- c) **Franquicias:** Ha sido una modalidad de mucho éxito, se inició principalmente en el rubro de comida rápida, pero se ha visto su crecimiento en otros campos.
- d) **Alianzas Estratégicas y Licencias:** Existe en Guatemala el sistema de operación mediante la cual se insertan al mercado nacional y regional a través de un proceso de alianza entre una firma extranjera y otra local.

2.6.4 Principales puertos de carga

Por su privilegiada posición geográfica, al colindar con los Océanos Atlántico y Pacífico, Guatemala presenta un punto estratégico dentro del comercio internacional, por lo que cuenta con una infraestructura portuaria moderna, en la que destacan los puertos siguientes:

En el Océano Atlántico: Santo Tomás de Castilla y Puerto Barrios. En el Océano Pacífico: Quetzal y Champerico.

Los puertos Santo Tomás de Castilla y Quetzal, tienen instalaciones y equipo para atender buques de carga general, granel sólidos y líquidos, contenedores, roll-on y roll-off solo para transporte multimodal, turismo, pesqueros, etc. Puerto Quetzal es el más moderno y está en servicio las 24 horas. Las principales empresas navieras del mundo atracan y zarpan de los puertos guatemaltecos, facilitando el transporte de carga de y hacia Estados Unidos, Canadá, América del Sur, América Central, Europa, Japón, Lejano Oriente, México y los puertos del Mediterráneo

Tabla 8. Ubicación de puestos en Guatemala

Puerto	Ubicación	Actividades Desarrolladas
Puerto Quetzal	Pacífico	Principal puerto de carga, localizado muy cerca de la capital y modernizado para múltiples propósitos.
Puerto San José	Pacífico	Utilizado para descarga de petróleo.
Champerico	Pacífico	Carga de café, algodón y banano
Puerto Barrios	Caribe	Utilizado principalmente para el manejo de bananos, granos y fertilizantes.
Santo Tomás de Castilla	Caribe	Recibe principalmente el tráfico de/hacia Estados Unidos, así como la importación de granos y fertilizantes.

Fuente: BANCOMEXT(2007)

- **Transporte aéreo**

El aeropuerto Internacional "La Aurora", ubicado en la ciudad capital, permite la comunicación aérea del país con el resto del mundo. El aeropuerto "Santa Elena" en El Petén, se encuentra abierto al tránsito internacional, recibe preferencialmente al turismo que visita los parques arqueológicos de Ti-kal, Mundo Perdido y Uaxactún, entre otros, que forman parte de la Ruta Maya. Adicionalmente, en varios lugares del país hay campos de aterrizaje público y privado que atienden vuelos locales.

- **Aduanas**

Las principales aduanas fronterizas de Guatemala son las siguientes:

- Frontera con México:-Tecún Umán.-El Carmen.-La Mesilla.
- Frontera con El Salvador:-Ciudad Pedro de Alvarado.-Valle Nuevo.-San Cristóbal.-La Ermita.
- Frontera con Honduras:-Agua Caliente.-El Florido.
- Frontera con Belice:-Melchor de Mencos.

- **Transporte Terrestre**

Tabla 9. Transporte Terrestre de Guatemala

AGENCIA	TIPO
---------	------

Castellanos Cargo (Tegucigalpa)	Consolidada, semanal y mensual.
Cropa Panalpina	Camión completo cada vez que el cliente lo solicite.
Transportes Scooby	Desde SAP (979-8903) Don Alejandro Muñoz
Transportes Hispanos	Desde SAP.
Transporte Coca	Todo destino Centro América (985-07-26) Esteban Coca.
<u>Tramites de exportaciones generales a nivel centro americano:</u>	

Fuente: BANCOMET(2007)

2.6.5 Requisitos generales del mercado meta o cliente

Presentar el Registro Fitosanitario (Según sea el caso).

1. Registro Zoosanitario (Según sea el caso).
2. Factura comercial.
3. Certificado de libre venta y consumo (solo para Alimentos y Bebidas) Formulario
4. Aduanero Único Centroamericano (FAUCA), que cumple las funciones del
5. Certificado de Origen y Declaración Aduanera.

En caso de decidir usar la declaración aduanera esta deberá contener como mínimo la siguiente información: Régimen aduanero que solicita; identificación del consignatario o consignate; identificación del declarante o de su representante; clase del medio de transporte; número del manifiesto de carga; número del documento de transporte respectivo; país de origen y de procedencia de las mercancías; identificación de la mercancía; clasificación arancelaria de las mercancías y su descripción comercial; valor en aduanas de las mercancías; y derechos e impuestos aplicables al adeudo.

- **Normas de etiquetado**

En 1985 fue publicada la norma COGUANOR NGO 34039, sobre Etiquetado de Productos Alimenticios para el consumo humano. Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos mínimos que deben cumplir las etiquetas de los productos alimenticios envasados para consumo humano, producidos en el país o de origen extranjero. La etiqueta no dejará lugar a dudas respecto a la verdadera naturaleza de los productos alimenticios, ni a su composición, calidad, cantidad, origen o procedencia tratamiento general a que han sido sometidos y otras propiedades

esenciales de los mismos. La Información de la etiqueta, lote y fecha de fabricación, fecha de vencimiento, nombre del fabricante, registro sanitario, y el país de origen. Las inscripciones en las etiquetas deberán ser hechas en forma tal que no desaparezcan bajo condiciones de uso normal, ser fácilmente legibles a simple vista y redactadas en idioma español. Para el caso de marcas y nombres extranjeros en etiquetas que se adhieren al envase las inscripciones podrán estar en el reverso de las mismas, siempre que sean claramente visibles a través del envase con su contenido. No se permitirá ninguna impresión en la cara interna de los envases, que esté en contacto con los productos alimenticios.

En Guatemala, los reglamentos técnicos son regulados por la Comisión Guatemalteca de Normas o por los ministerios que están relacionados directamente con su aplicación. Los organismos que aplican reglamentos técnicos en el país son los siguientes:

- El Departamento de Registro y Control de Medicamentos de la División de Registro y Control de Medicamentos y Alimentos, de la Dirección General de Servicios de Salud Pública y Asistencia Social del Gobierno Central.
- El Departamento de Registro y Control de Alimentos de la División de Registro y Control de Medicamentos y Alimentos, de la Dirección General de Servicios de Salud Pública y Asistencia Social del Gobierno Central.
- La Dirección Técnica de Sanidad Vegetal, perteneciente a la Dirección General de Servicios Agrícolas (DIGESA) del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno Central.
- El Departamento de Control de Productos Veterinarios de la Dirección Técnica de Sanidad Animal, perteneciente al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno Central.

Regulaciones para la Importación de algunos productos Los productos que requieren algún tipo de trámite para ingresar a Guatemala son: productos animales, vegetales, agroquímicos, medicamentos, productos veterinarios, jabón y preparaciones de limpieza y productos alimenticios, tabaco y bebidas alcohólicas.

En el caso específico de alimentos y medicamentos, se necesita obtener el Registro Sanitario extendido por el Ministerio de Salud Pública a través de los Departamentos de control de alimentos, y el de Control de medicamentos y sustancias afines, respectivamente. En el caso de los plaguicidas también se requiere de registro el cual es extendido por el Ministerio de Agricultura.

Es importante mencionar que uno de los avances de la Integración Aduanera Centroamericana es el reconocimiento de Registros Sanitarios entre cuatro países (excluyendo a Costa Rica) en materia de Alimentos y Bebidas. Este reconocimiento en Honduras se tramita en la Dirección de Regulación de la Secretaría de Salud, y el trámite dura un promedio de ocho días. Costa Rica está trabajando en la armonización de los requisitos para incorporarse a los reconocimientos.

En las demás áreas de Registros Sanitarios aun no se tienen reconocimientos, sin embargo ya se ha avanzado en gran medida y se tiene definido cuales son los requisitos sin tener aun un acuerdo común entre los países. En el caso de Medicamentos y Productos afines se tienen reconocimientos parciales entre 4 países a excepción de Costa Rica.

El Certificado de Libre Venta debe ser autenticado en el país de origen por autoridad sanitaria competente y legalizada. Existen regulaciones específicas para la importación de tabaco y bebidas alcohólicas. Normas Técnicas Guatemala aplica los mismos controles y disposiciones en materia de reglamentación técnica y prescripciones sobre normas, certificación y etiquetado a los productos extranjeros, igual que los productos nacionales. Para el caso de Guatemala la elaboración y armonización de las normas técnicas se realiza a través de COGUANOR que es una entidad adscrita al Ministerio de Economía encargada de fijar el programa general de normalización en el país y de verificar la conformidad con las normas vigentes. Las normas elaboradas por la Comisión se adoptan

como Normas Guatemaltecas y se dividen en dos categorías: normas de carácter voluntario o recomendadas y normas de carácter obligatorio. (BANCOMEXT, 2007)

2.6.6 Derechos arancelarios a la importación

En la actualidad, en el marco de la integración económica centroamericana, se otorga el beneficio del libre comercio solamente a los bienes originarios de los países centroamericanos, que son los siguientes:

- a) Azúcar (lo incluyen los cinco países)
- b) Café sin tostar (lo incluyen los cinco países)
- c) Derivados del petróleo (lo incluye Honduras con los restantes cuatro países)
- d) Alcohol etílico (Honduras con el Salvador y Costa Rica con los otros cuatro países)
- e) Bebidas alcohólicas destiladas (Honduras lo incluye con los otros cuatro países)
- f) Café tostado: Costa Rica con los demás países.

Para el logro del objetivo en la unión aduanera de otorgar libre movilidad a los bienes, se deberá y otorgar el mismo tratamiento a los bienes no originarios de la región, una vez ingresados en cualquier país de la región.

Guatemala concede el trato de NMF a los miembros de la OMC. En el marco de la Unión Aduanera Centroamérica aplica el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) basado en la nomenclatura del Sistema Armonizado (SA). Actualmente el arancel externo común está armonizado en un 94.6 por ciento, por lo cual todo producto que ingresa a Centro América paga el mismo arancel a excepción de los productos que se encuentran en ese 5.4 por ciento restante.

- **Impuestos al valor agregado y otros tributos**

Independientemente de su origen, y de conformidad con el principio de trato nacional, las importaciones están sujetas al pago de impuestos internos, en particular, un impuesto al valor agregado del 12 por ciento, aplicable al valor CIF. de las mercancías

importadas. Además, varios productos, como las bebidas alcohólicas, el cemento y los vehículos, están sujetos a impuestos específicos al consumo. Toda persona individual o jurídica que desee importar productos a Guatemala, debe llenar una serie de requisitos y procedimientos para la importación de la mercadería, siendo la Intendencia de Aduanas de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), la principal institución directamente responsable del control de las importaciones, la que establece los procedimientos a seguir, con base al cumplimiento de la legislación fiscal establecida y el cumplimiento de los tratados comerciales vigentes.

2.6.7 Direcciones electrónicas con información para apoyar la exportación a Guatemala

Asociación Bancaria de Guatemala <http://www.abg.org.gt>

Cámara de Comercio de Guatemala <http://www.camaradecomercio.org.gt>

Cámara Guatemalteca de la Construcción <http://www.cgc.guatemala.org>

Comisión Portuaria Nacional <http://www.cpn.gob.gt>

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación <http://www.maga.gob.gt>

Superintendencia de Administración Tributaria <http://www.sat.gob.gt>

Superintendencia de Bancos <http://www.sib.gob.gt>

Superintendencia de Telecomunicaciones <http://www.sit.gob.gt>

Zona Libre de Industria y Comercio <http://www.guate.net/zolic/>

Ministerio de Relaciones Exteriores <http://www.minex.gob.gt>

Instituto Nacional de Estadística <http://www.ine.gob.gt>

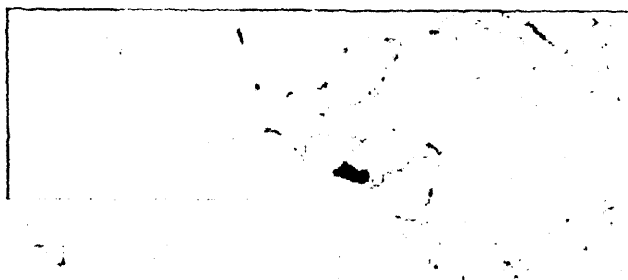
Ministerio de Economía <http://www.mineco.gob.gt>

Normas COGUANOR http://www.mineco.gob.gt/mineco/coguanor/Norma_ngo.htm

2.7 ¿Cómo exportar a El Salvador?

Cuando una empresa exporta por primera vez a determinado país, se enfrenta a un mercado totalmente nuevo, probablemente con diferentes costumbres, gustos, leyes, requisitos para acceder al mercado, canales de distribución, entre otros, por lo cual antes de tomar la decisión de exportar es recomendable buscar información del nuevo mercado.

Figura 5. Mapa de El Salvador



Fuente: BANCOMEXT(2008)

2.7.1 Datos generales

La capital de El Salvador es San Salvador. El idioma oficial es el español y la moneda el dólar Norteamericano. A partir del 1° de enero de 2001 se adoptó el esquema de la dolarización, Ley de Integración Monetaria. El tipo de cambio entre el Colón y el Dólar de los Estados Unidos de América es fijo e inalterable. Geográficamente Se encuentra Ubicado en América Central. Limita al norte con Guatemala y Honduras, al Este con Honduras y el golfo de Fonseca, al Sur con el Océano pacífico y al oeste con Guatemala. Su Área es de 21.040.79 Km² y se divide en 14 departamentos: Ahuachapán, Cabañas, Cuscatlán, Chalate Nango, La Libertad, La Paz, La Unión, Morazán, San Miguel, San Salvador, San Vicente, Santa Ana, Sonsonate y Usulután.

El clima es caluroso y húmedo en las costas y tierras bajas, templado en las zonas medias y frío en las regiones altas. Se distinguen dos estaciones bien definidas: la lluviosa (mayo - octubre) y la seca (noviembre- abril) Marco Económico- Estabilidad

económica, política y social, economía dolarizada, libre transferencia de capitales y utilidades, plaza financiera internacional.

- El sistema político se basa en un sistema republicano representado por tres poderes.

Sistema Ejecutivo: Compuestos por el presidente, vicepresidente y el Congreso de Ministros, quienes son elegidos por medio del voto popular cada cinco años.

Sistemas Legislativos: Asamblea Nacional Integrada por 84 miembros elegidos mediante el sufragio cada tres años (con derecho a reelección).

Sistema Judicial: formado por la corte Suprema 14 magistrados designados por la asamblea Nacional y demás tribunales competentes, Consejo de Elección y corte de cuentas.

2.7.2 Cultura de negocios

El Salvador figura entre los países con mayor apertura económica de C.A. La inversión extranjera directa del sector privado es el motor de crecimiento en el país y juega un papel muy importante en el desarrollo. La focalización específica de este país se centra en la agroindustria, manufacturas, mercados de capital e infraestructura privada.

Para los empresarios que deseen establecer relaciones comerciales con El Salvador se hacen las recomendaciones siguientes:

1. Los almuerzos y desayunos de negocios son actividades muy comunes en las agendas de empresarios.
2. Se requiere hacer citas con anticipación, la cual se espera que se cumpla con un margen aceptable de puntualidad. Cualquier contratiempo o atraso que surja será conveniente hacer el aviso correspondiente con la mayor antelación posible.
3. El uso de tarjetas de presentación es importante al momento de atender una reunión de negocios; prácticamente las reuniones se inician con el intercambio de tarjetas personales.

4. Es acostumbrado el saludo de mano entre hombres y mujeres. Es conveniente que traiga muestras de sus productos para facilitar la presentación de sus bondades.
5. Para la vestimenta, en las actividades empresariales se acostumbra el uso de ropa casual para el día y traje formal para algunas reuniones especiales, indispensable en los eventos durante la noche a menos que se indique lo contrario.
6. Dentro de la cultura salvadoreña, cultivar relaciones interpersonales es muy importante y en el campo de los negocios conlleva la facilidad de mantener un vínculo comercial satisfactorio.

La ubicación de El Salvador es estratégica debido a que se encuentra en el corazón de Centro América, lo convierte en el enlace natural para las comunicaciones con los países de la región.

El sector de telecomunicaciones está muy avanzado y se encuentra disponible en la mayor parte del país. Su nivel de crecimiento es producto de una constante actualización de las empresas extranjeras instaladas en ese país y al nivel de tecnología con que actualmente se encuentran operando dichas instituciones. La economía es libre y abierta, el mercado de cambio esta dolarizado, no existiendo restricción alguna para las operaciones de comercio exterior. Existen regímenes de Zonas Francas y de Depósitos de Perfeccionamiento de Activos, los cuales permiten disponer de espacios de almacenamiento temporal, libres de impuestos. La protección de derecho de autor, marcas y patentes están reguladas

Tabla 10. Días Festivos de El Salvador

<i>Fecha</i>	<i>Celebración</i>
1 de Enero	Año Nuevo
Marzo / Abril	Miércoles, Jueves, Viernes y Sábado Santo
Mayo / Junio	Corpus Christi
3 de agosto	Día del Empleado
5,6 de agosto	El Salvador del Mundo
15 de septiembre	Día de la Independencia
2 de noviembre	Día de los fieles difuntos
24.25 de diciembre	Navidad

Fuente: BANCAMEX (2008)

2.7.3 Comercialización de los productos

El mercado salvadoreño cuenta con un sector importador altamente dinámico, está abierto a productos de otros países lo cual permite ofrecer a los consumidores una amplia diversidad de productos que son muy competitivos en calidad y precio.

La base del movimiento de los productos es la información de estos hacia los consumidores, para esto en el país son muy utilizados los medios de información masiva: prensa, radio y televisión. Dependiendo de los nichos de mercado a penetrar así será el recurso de información a utilizar. Atendiendo el tipo de producto, la distribución de estos en el mercado salvadoreño se lleva a cabo por diversos mecanismos:

- Estableciendo una oficina de ventas que se encarga de la promoción, venta y distribución de los productos con su propia fuerza laboral.
- La distribución del producto a través de un agente o distribuidor local con quien se ha establecido un vínculo de negocios.
- La distribución del producto a través de mayoristas o comerciantes establecidos en el mercado local.

En general los bienes de consumo masivo son distribuidos eficientemente por un importador local (distribuidor o mayorista) que aprovecha los contactos que tiene establecidos y sus redes de negocios para canalizar los productos al mercado salvadoreño a nivel nacional.

En cuanto a los productos industriales, estos son manejados principalmente por un Agente / Distribuidor que trabaja por una comisión específica. También se tienen los importadores /distribuidores que pueden estar trabajando algunas líneas. La maquinaria y equipo, normalmente son comprados a proveedores directos en el extranjero.

Es importante efectuar un adecuado análisis del agente, representante o distribuidor que se elija en El Salvador, ya que debe manejarse adecuadamente con los trámites y regulaciones internas para diferentes productos. Los márgenes de comercialización son mayores si se trata de productos estadounidenses, pero oscilan entre 10-30 por ciento.

2.7.4 Canales de distribución

Para el mercadeo de productos en suelo salvadoreño se tienen diferentes opciones de operación:

1. Agente dependiente

El Agente Dependiente, según el Art. 384 del Código de Comercio es definido como la persona encargada de promover, en determinada plaza o región, negocios por cuenta de un principal, con domicilio en la República o en el extranjero, y de transmitirle las propuestas para su aceptación.

2. Representante o distribuidor

El Art. 392. del Código de Comercio, define al agente representante o distribuidor como la persona natural o jurídica que, en forma continua, con o sin representación legal y mediante contrato, ha sido designada por un principal para la agencia-representación o distribución de determinados productos o servicios en el país.

Cuando el agente representante o distribuidor no actúa por su cuenta y riesgo sino siguiendo instrucciones de su principal, no será responsable por el incumplimiento en que éste haya incurrido; su responsabilidad se limita, en este caso, al estricto cumplimiento de las instrucciones que reciba del principal.

3. Agente Intermediario

Los agentes intermediarios no obligan a las partes entre sí. Los contratos que se celebren con intervención de ellos, se comprobarán y ejecutarán conforme a su naturaleza, sin atribuir a los intermediarios función pública alguna. Pueden ser personas naturales o jurídicas. El ejercicio habitual de la intermediación requiere autorización de la Superintendencia de Sociedades y Empresas Mercantiles o de la oficina que haga sus veces y el intermediario quedará sujeto a la observancia de las leyes y reglamentos especiales sobre la materia. El intermediario rendirá fianza en la referida Superintendencia o en la oficina que haga sus veces para responder a sus clientes y a terceros de los perjuicios que pueda causarles, como requisito previo para ser autorizado.

4. Franquicias

Ha sido una modalidad de mucho éxito, se inició principalmente en el rubro de comida rápida, pero se ha visto su crecimiento en otros campos.

5. Alianzas estratégicas y licencias

En El Salvador, la globalización ha traído esta alternativa de operación mediante la cual se insertan al mercado nacional y regional a través de un proceso de alianza entre una firma extranjera y otra local.

6. Oficina de ventas (sucursal)

La instalación de una oficina de ventas en El Salvador requiere su inscripción en el Centro Nacional de Registro como Razón Social, así como también su Registro de Contribuyente (IVA), Número de Identificación Tributario (NIT), etc. Este proceso es simplificado con la Oficina Nacional de Inversiones ONI del Ministerio de Economía, que centraliza los diferentes trámites y agiliza al máximo la habilitación de la empresa.

2.7.5 Principales puertos de carga

Principales aeropuertos. El principal aeropuerto es el Internacional El Salvador (AIES), es moderno y el más grande de los cinco países del área. Brinda servicios de control de tránsito aéreo de aproximación, de aterrizaje, estacionamiento y despegue de aeronaves, facilidades para los pasajeros entrando, saliendo y en tránsito; servicios de manejo, custodia y almacenaje a la carga, arrendamiento y facilidades a la empresa privada para la explotación de actividades comerciales propias de un aeropuerto tales como: suministro de combustible, apoyo terrestre a las aeronaves, estacionamiento público, cocina de vuelos, transporte público, restaurantes, tiendas libres, salones VIP, servicio bancario, cambio de moneda y otros. A partir de enero de 2003, las aduanas en El Salvador funcionan bajo administración privada.

Tabla 11. El Salvador: Principales puertos de carga

Puerto	Ubicación	Actividades Desarrolladas
Acajutla	Océano Pacífico Zona Industrial Puerto de Acajutla, Sonsonate Tel: 00 503 452-3145 Fax:00 503 452- 4068	Maniobras de atraque y desatraque.: Estadía./ Estiba y desestiba / Trasbordo de carga / Ayudas a la navegación / Manejo, custodia y almacenamiento de carga de importación y exportación: contenedores, mercadería general mercadería seca a granel, mercadería líquida a granel. / Muellaje y transferencia.

Fuente: BANCOMEXT(2008)

2.7.6 Requisitos generales del mercado meta o cliente

Tramites de exportaciones generales a nivel centro americano:

1. Presentar el Registro Fitosanitario (según sea el caso).
2. Registro Zoosanitario (Según sea el caso).
3. Factura comercial.
4. Certificado de libre y venta y consumo (solo para Alimentos y Bebidas)
5. Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA), que cumple las funciones del Certificado de Origen y Declaración Aduanera.

En caso de decidir usar la declaración aduanera esta deberá contener como mínimo la siguiente información: Régimen aduanero que solicita; identificación del consignatario o consignate; identificación del declarante o de su representante; clase del medio de transporte; número del manifiesto de carga; número del documento de transporte respectivo; país de origen y de procedencia de las mercancías; identificación de la mercancía; clasificación arancelaria de las mercancías y su descripción comercial; valor en aduanas de las mercancías; y derechos e impuestos aplicables al adeudo.

- **Normas de etiquetado**

Todos los alimentos, bebidas, medicinas y los productos que incidan en la salud humana y animal, deben cumplir con los requisitos establecidos bajo cuatro categorías.

- Información de la etiqueta.
- Lote y fecha de fabricación.
- Fecha de vencimiento.
- Nombre del fabricante, registro sanitario y país de origen.

El objetivo de esta información es establecer la verdadera naturaleza del producto, su composición, calidad, cantidad, origen o procedencia, tratamiento general a que ha sido sometida y otras propiedades.

Es importante destacar que las frutas, productos naturales y golosinas con un peso neto menor a 600 gramos están excluidas de estos requisitos, y que el alcohol y las bebidas alcohólicas deben de cumplir con las normas que establece la Ley Reguladora de la Producción y Comercialización de estos productos.

La Dirección General de la Renta de Aduanas (DGRA), adscrita al Ministerio de Hacienda, es la instancia encargada de aplicar y de verificar la normativa aduanera, en particular los procedimientos de importación. Como regla general, la presentación de la declaración aduanera de importación requiere la intervención de un agente aduanero. Existen cuatro instituciones que llevan a cabo los trámites correspondientes a las importaciones en este país:

1. Dirección de Cuarentena Agropecuaria del Ministerio de Agricultura.
2. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
3. El Consejo Superior de Salud Pública.
4. Junta de Vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutica.

- **Productos alimenticios**

Con respecto a estos productos, el Código de Salud del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social establece que toda importación, exportación, comercio, fabricación,

almacenamiento, transporte, venta o cualquiera otra operación de suministros al público, de alimentos o bebidas empacadas o envasadas, debe ser registrada en este Ministerio, para este registro, se debe retirar la solicitud en el Departamento de Saneamiento Ambiental, sección de higiene de alimentos.

Uno de los avances de la Integración Aduanera Centroamericana es el reconocimiento de Registros Sanitarios entre cuatro países (excluyendo a Costa Rica) en materia de Alimentos y Bebidas. Este reconocimiento se tramita en la Dirección de Regulación de la Secretaría de Salud, y el trámite dura un promedio de ocho días. Costa Rica está trabajando en la armonización de los requisitos para incorporarse a los reconocimientos, mientras esto pase se tendrán que cumplir con los requisitos y regulaciones solicitados por ese país.

En las demás áreas de Registros Sanitarios aun no se tienen reconocimientos y no se cuenta con un acuerdo común entre los países, sin embargo ya se ha avanzado en gran medida y se tiene definido cuales son los requisitos. En el caso de Medicamentos y Productos afines se tienen reconocimientos parciales entre 4 a excepción de Costa Rica.

Tabla 12. Trámites y documentos específicos de importación de El Salvador:

Productos	Trámite o documento	Institución encargada	Tiempo de espera	Pre requisito
Alimentos, bebidas y materia primas	Registro	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)	1 mes	Análisis físico - Químico y bacteriológico del MSPAS
Productos Alimenticios	Autorización de importación	MSPAS	30 min.	Registro
Alimentos frescos	Autorización de importación	MSPAS	30 min.	Presentar autorización de importación del MAG
Medicinas y materias primas y sustancias precursoras	Registro	Consejo Superior de Salud Pública	6 meses	Análisis realizado por la Junta de Vigilancia de la Profesión Química Farmacéutica (JVPOF) y la Junta de Vigilancia de la Profesión Médica (JVPM)

Cosméticos, productos de limpieza	Registro	JVPQF	15 días	Análisis de la JVPQF
Materia prima para la industria farmacéutica, industrial, textil y productos veterinarios	Visado	JVPQF	1 día	Presentar factura y pago de derecho de visado
Animales, vegetales, productos y subproductos	Autorización de importación fitosanitaria o zoosanitaria	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)	15-30 min.	Debe estar registrado y presentar autorización de importación del MSPAS para alimentos procesados
Agroquímicos, fertilizantes, fármacos y biológicos de uso veterinario	Visado	MAG	15 min.	Tener producto registrado
Agroquímicos e insumos de uso agrícola y alimentos para animales	Visado	MAG	15 min.	Tener producto registrado

Fuente: BANCOMEXT (2008)

El Salvador mantiene prohibiciones de importación para un número limitado de productos, generalmente por razones de salud, seguridad, moral pública o protección del medio ambiente. Además está prohibida la importación de café que pueda utilizarse como semilla para plantación así como la importación de vehículos automotores livianos de pasajeros y carga que tengan más de 8 años de fabricación y de vehículos automotores pesados de carga y de pasajeros que tengan más de 15 años de fabricación.

- **Insumos agropecuarios, plaguicidas y productos veterinarios**

Antes de ingresar al país, estos productos deben ser registrados y analizadas las muestras correspondientes. Estos trámites son realizados por dos instituciones: la Junta de Vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutico y el Consejo Superior de Salud Pública.

Los trámites de inscripción varían de acuerdo al tipo de producto. Por ejemplo, en el caso de los productos farmacéuticos el tiempo es más extenso: entre cuatro y seis meses.

El Consejo Superior de Salud Pública está facultado también para el control de tres categorías de productos: los estupefacientes, los psicotrópicos y los productos agregados (que incluyen los productos de medicina veterinaria, hormonales y anabólicos de uso veterinario, productos biológicos, productos de uso odontológico y otros).

- **Normas salvadoreñas**

La legislación salvadoreña define dos tipos de normas: las normas salvadoreñas obligatorias (NSO) y las normas salvadoreñas recomendadas (NSR). Las **NSO** incluyen: las normas que rigen el Sistema Internacional de Unidades; las que se refieren a materiales, procedimientos, productos y servicios que puedan afectar a la vida, la seguridad y la integridad de las personas, de otros organismos vivos y las relacionadas con la protección del medio ambiente; y las que se establezcan por considerar el Ejecutivo que convienen a la economía o son de interés público.

A marzo de 2002 existían 52 normas salvadoreñas obligatorias (NSO), oficializadas por la Clasificación Internacional de Normas (ICS). El mayor número de NSO es en tecnología de alimentos, seguida por tecnología petrolera y otras. Las **NSR** se refieren a las normas de materiales, procedimientos, productos y servicios no cubiertos por una NSO; son optativas en las negociaciones privadas, pero tienen carácter obligatorio en todas las adquisiciones de bienes y servicios, efectuadas por las entidades estatales, autónomas o descentralizadas, en las cuales tanto el proveedor como los responsables de la compra, quedan obligados a su aplicación. (BANCOMEXT 2008)

- **Reglamentaciones y normas técnicas**

Las principales disposiciones legales salvadoreñas en materia de normalización, metrología, certificación y verificación son: la Ley del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (aprobada mediante Decreto Legislativo N° 287 de 23 de julio de 1992, y el Acuerdo de la OMC sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC). Además, en lo que se refiere a comercio regional, El Salvador aplica el Reglamento Centroamericano de Medidas de Normalización, Metrología y Procedimientos de Autorización (aprobado

mediante Resolución N° 37-99 (COMIECO-XIII), 17 de septiembre de 1999). Las autoridades indicaron que las normas y reglamentos técnicos de El Salvador no hacen ninguna distinción entre los productos extranjeros y nacionales.

2.7.7 Derechos arancelarios a la importación

El Salvador concede el trato de NMF a los miembros de la OMC. En el marco de la Unión Aduanera Centroamérica aplica el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) basado en la nomenclatura del Sistema Armonizado (SA).

El tratamiento arancelario de las importaciones fuera del área centroamericana presenta las características que muestra el siguiente cuadro; y actualmente el arancel externo común esta armonizado en un 94.6 por ciento, por lo cual todo producto que ingresa a Centro América paga el mismo arancel a excepción de los productos que se encuentran en ese 5.4 por ciento restante.

Tabla 13. El Salvador: Estructura arancelaria fuera de Centroamérica

	Arancel
Materias primas	0%-5%
Bienes de capital	0%
Bienes intermedios	0%-10%
Bienes finales	Máximo 10%
Textiles, productos agrícolas, vehículos y otros productos no esenciales	25%

Fuente: Country Comercial Guide

En la actualidad, en el marco de la integración económica centroamericana, se otorga el beneficio del libre comercio solamente a los bienes originarios de los países centroamericanos, con la excepción del Tratado General de Integración Económica Centroamericana, que son los siguientes:

1. Azúcar (lo incluyen los cinco países)
2. Café sin tostar (lo incluyen los cinco países)
3. Derivados del petróleo (lo incluye Honduras con los restantes cuatro países)

4. Alcohol etílico (Honduras con el Salvador y Costa Rica con los otros cuatro países)
5. Bebidas alcohólicas destiladas (Honduras lo incluye con los otros cuatro países)
6. Café tostado: Costa Rica con los demás países.
7. Para el logro del objetivo en la unión aduanera de otorgar libre movilidad a los bienes, se deberá eliminar y otorgar el mismo tratamiento a los bienes no originarios de la región, una vez ingresados en cualquier país de la región.

- **Impuestos al valor agregado**

Además de los derechos arancelarios, las importaciones están sujetas a impuestos internos. Estos se aplican tanto a productos importados como nacionales e incluyen un Impuesto al Valor Agregado (IVA) y varios impuestos selectivos sobre productos como (bebidas alcohólicas, las bebidas gaseosas o los cigarrillos). Los impuestos se aplican a tipos idénticos sobre los productos nacionales y extranjeros.

El IVA se aplica a la transferencia, importación y al consumo de los bienes así como a la prestación e importación de servicios. La base imponible del impuesto es por regla general el precio o remuneración pactada en las transferencias de bienes o en las prestaciones de servicios. Para las importaciones la base imponible es la suma del valor aduanero y los derechos arancelarios e impuestos específicos al consumo que correspondan. La tasa del IVA es del 13 por ciento aplicable sobre la base imponible; las exportaciones en honduras están libres de impuestos.

Otros tributos

Están exentas del impuesto las siguientes transacciones:

1. Importaciones de bienes efectuados por las representaciones diplomáticas, consulares, y por instituciones u obligaciones
2. Servicios Públicos como ser: salud, educación, espectáculos culturales calificados, y otros.

Todas las bebidas alcohólicas nacionales o extranjeras, inclusive vinos de uva, champanes, cervezas, cócteles, y jugos de fruta fermentados, están sujetas a: un impuesto sobre el contenido alcohólico igual a 5 centavos de dólar por cada uno por ciento en volumen de alcohol por litro de bebida; y un impuesto ad valorem del 20 por ciento del precio de venta al público declarado por el productor o importador. Están exentos de dicho impuesto los productos que contengan alcohol etílico y que sean considerados como medicamento por la autoridad competente.

Además las bebidas gaseosas simples o endulzadas están sujetas a un impuesto ad valorem del 10 por ciento del precio de venta al público sugerido por el productor, importador o distribuidor excluyendo el impuesto al valor agregado. Los productores nacionales y los importadores de bebidas gaseosas simples o endulzadas están obligados a presentar a la Dirección General de Impuestos Internos una lista de precios sugeridos de venta al público, la cual puede modificarse previa entrega de una nueva lista ocho días antes de la entrada en vigor de los nuevos precios; en el caso de los importadores, la nueva lista debe ser entregada a la Dirección General de la Renta de Aduanas.

Los cigarrillos de fabricación nacional o extranjera que se distribuyan, vendan o consuman en el país, están sujetos a un impuesto ad valorem del 39 por ciento del precio de venta al público, excluyendo el IVA. No están sujetos a dicho impuesto los cigarrillos de fabricación nacional destinados a la exportación.

Los sacos y las talegas de fibras sintéticas vacíos, salvadoreños o importados, están sujetos a un impuesto del 80 por ciento del precio de referencia del saco de fibra burda establecido por el Ministerio de Economía. *(El Ministerio de Economía está facultado para regular las importaciones de sacos de fibras duras a través de un régimen de licencias de importación)*

2.7.8 Direcciones electrónicas con información para apoyar la exportación a El Salvador

Cámara de Comercio e Industria de El Salvador [/www.camarasal.com](http://www.camarasal.com)

Asociación Salvadoreña de Industrias (ASI)/ www.asi.com.sv

Banco Central de Reserva de El Salvador/ www.bcr.gob.sv

Corporación de Exportadores de la Empresa Privada www.coexport.com

Ministerio de Agricultura y Ganadería www.go.to/mag.gob.sv

Ministerio de Economía www.minec.gob.sv

Ministerio de Hacienda/www.mh.gob.sv

Ministerio de Relaciones Exteriores www.rree.gob.sv

Superintendencia del Sistema Financiero www.ssf.gob.sv

<http://www.elsalvador.com/elsalvador/proesa/paisparainvertir.html>

http://www.sice.oas.org/ctyindex/wto/svS111d_s.asp <http://www.infoq.org.sv/cgi-bin/salvador.pl>

CAPÍTULO 3

ESTRATEGIA

El presente capítulo tiene como finalidad proyectar el procedimiento de recolección del análisis de datos y la selección de la muestra aplicando el instrumento de la investigación con entrevistas a directivos de Asociación Ganadera, los mismos ganaderos, cliente potencial en Guatemala, despacho aduanero y embajador de Guatemala, dando como resultado la aplicación del análisis del modelo del diamante de competitividad de Porter para el desarrollo estratégico al sector ganadero en la comercialización a Guatemala y El Salvador.

3.1 Procedimiento.

Se describe el procedimiento de la estrategia metodológica con el instrumento a aplicar a la investigación, proporcionando la recolección de datos y el análisis, teniendo en cuenta el tamaño de la población del sector ganadero, los sectores de apoyo como el despacho aduanero y el consulado de Guatemala; posteriormente se presenta la preparación de los datos donde se dan los resultados de las necesidades de los ganaderos para expandir su mercado y finalmente vemos la aplicación de la ventaja competitiva como estrategia.

Tabla 14. Concentración de datos de hato Ganadero

Número	Municipio	Productores ganaderos
01	Suchiate	280
02	Frontera Hidalgo	150
03	Metapa de Domínguez	135
04	Tuxtla Chico	125
05	Cacahoatán	130

06	Mazatán	350
07	Huehuetán	460
08	Huixtla	350
09	Villa Comaltitlán	550
10	Acacoyahua	750
11	Acapetahua	800
12	Mapastepec	1520
13	Pijijiapan	1800
14	Tonalá	1400
15	Arriaga	1200
Total		10,000

Fuente: Secretaría del campo del estado de Chiapas (2008)

3.2 Sujetos

En la investigación se aplica el instrumento transeccional en entrevistas dirigida a los ganaderos de la región sureste del estado de Chiapas, posterior a la Asociación Ganadera de la Región sureste, al Vicecónsul de El Salvador, agencia aduanera, gerente de transporte de carga a Centro América y empresarios a Guatemala donde las variables como: precios por kilogramo de ganado en pie, costos de flete, costos de seguro internacional, calidad de carne, impuestos aduaneros, costos de servicios de despacho aduaneros son determinadas en un solo punto en el tiempo y se utilizan de tipo exploratorio y descriptivo para el análisis de la interacción de las variables.

Se tiene una población estimada de 10,000 productores de la región sureste que abarca desde el istmo costa hasta Frontera Hidalgo.

3.3 Recolección y análisis de datos

3.3.1 Selección de la muestra

Se determina la muestra estratificada utilizando la formula de Laura Fischer con intervalo de confianza 95 porciento y error de estimación 7.5 porciento.

3.3.2 Tamaño de la muestra

Se determina la muestra estratificada utilizando la muestra de Fisher (1997, p. 57)

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N-1) + z^2 p q}$$
$$n = \frac{(0.95)^2 (10,000) (0.60) (0.40)}{(0.075)^2 (10,000 - 1) + (0.95)^2 (0.60)(0.40)} \quad \boxed{n = 38} \quad \boxed{n = 40}$$

Fracción muestral: $K = n/N = 40/10,000 = 0.004$

Tabla 15: Tamaño de la muestra

Número	Municipio	Productores ganaderos	Muestra
01	Suchiate	280	1.12 = 1
02	Frontera Hidalgo	150	0.6 = 1
03	Metapa de Dominguez	135	0.54 = 1
04	Tuxtla Chico	125	0.5 = 0
05	Cacahoatán	130	0.52 = 0
06	Mazatán	350	1.4 = 1
07	Huehuetán	460	1.84 = 2

08	Huixtla	350	3.24 = 3
09	Villa Comaltitlán	550	2.2 = 2
10	Acacoyagua	750	3.0 = 3
11	Acapetahua	800	3.2 = 3
12	Mapastepec	1520	6.08 = 6
13	Pijijiapan	1800	7.2 = 7
14	Tonalá	1400	5.6 = 5
15	Arriaga	1200	4.8 = 5
Total		10,000	40

Fuente: Secretaría del campo del estado de Chiapas (2008)

3.3.3 Selección del instrumento

Con el propósito de llevar la captura de datos, se considera como más idónea la aplicación de entrevistas de preguntas abiertas.

La finalidad de la entrevista, es la siguiente:

¿A quién se aplica?

¿Cuál es el propósito?

¿Qué preguntas formuladas?

Por la importancia económica del desarrollo de la ganadería en la región, se aplican dos entrevistas a directivos de las Asociaciones Ganaderas de región sureste del estado de Chiapas.

ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN GANADERA LOCAL

Nombre de la Asociación Ganadera Local: Asociación Ganadera Local del municipio de Tapachula

Objetivo de la entrevista

Obtener información de directivos de la organización para determinar las expectativas de exportar ganado a los países de Centro América.

Preguntas

1. ¿Cuáles son los beneficios de los ganaderos de la región sur del Estado de Chiapas de exportar ganado?

Vender el ganado a mejor precio, sin intermediarios y el gobierno facilitar los servicio de expedir los documentos para exportar el ganado.

2. ¿Que recomienda Ud. para que los ganaderos del municipio de Tapachula, puede exportar a Centro América?

La verdad, considero que deben capacitarse, porque la exportación es un campo especializado y la mayoría de los ganaderos, pues sabemos de ganado, pero no de cómo vender al extranjero.

3. ¿Qué país de Centro América, considera más factible exportar ganado?

Por razones de ser País vecino, ya sugiero que debe ser el País de Guatemala.

4. ¿Que opina Ud. de la capacidad de servicio de las autoridades de instituciones oficiales para autorizar los trámites y permisos de exportación de ganado al País de Guatemala, C.A.?

Como ganadero, no he tenido la experiencia de exportar ganado al País de Guatemala, pero tengo entendido que son trámites muy engorrosos en el aspecto de sanidad animal y en la región no hay problema de brucelosis.

ENTREVISTA QUE SE APLICA
A UN EMPRESARIO DEL PAÍS DE GUATEMALA, C.A.

Objetivo de la entrevista

Determinar el interés de importar ganado procedente de la región sureste del estado de Chiapas.

1. ¿Cuáles serían los beneficios de importar ganado de la región sur del estado de Chiapas?

Como empresario ganadero, que en la costa sur del estado de Chiapas, se consiguen animales de buena raza, para pie de cría.

2. ¿Qué tipo de raza de ganado es la que más le interesa importar de la región sureste del estado de Chiapas?

De la raza Cimental Brahman y Simbrah

3. ¿Cuáles son las principales barreras fitozoosanitarias del gobierno del País de Guatemala para autorizar la importación del sureste del estado de Chiapas?

Que el ganado esté libre de Brucelosis y Tuberculosis y baños de garrapaticidas

4. ¿Qué opina de los precios de importación del ganado que se importa del sureste del estado de Chiapas?

Los precios que se pagan son competitivos al importar ganado que proviene del estado de Chiapas.

ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN GANADERA LOCAL

Nombre de la Asociación Ganadera Local: Asociación Ganadera Local del municipio de Mapastepec

Objetivo de la entrevista

Obtener información de directivos de la organización para determinar las expectativas de exportar ganado a los países de Centro América.

Preguntas

1. ¿Cuáles son los beneficios de los ganaderos de la región sur del estado de Chiapas de exportar ganado?

Vender el ganado a buen precio, en forma directa y el gobierno brindar facilidades para de expedir documentos para exportar.

2. ¿Que recomienda Ud. para que los ganaderos del municipio de Tapachula, puede exportar a Centro América?

Que deben capacitarse los compañeros ganaderos para exportar.

3. ¿Qué país de Centro América, considera más factible exportar ganado?

Al País vecino de Guatemala.

4. ¿Que opina Ud. de la capacidad de servicio de las autoridades de instituciones oficiales para autorizar los trámites y permisos de exportación de ganado al País de Guatemala, C.A.?

Nno he tenido la experiencia de exportar ganado al País de Guatemala, pero considero que los trámites son laboriosos.

ENTREVISTA QUE SE APLICA
A FUNCIONARIO DE SAGARPA, MÉXICO

Objetivo de la entrevista

Determinar los trámites y requisitos fitozoosanitarias para exportar ganado del sureste del estado de Chiapas, a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

1. ¿Cuáles son los beneficios de exportar ganado de la región sureste del estado de Chiapas?

Exportar excedentes de producción de ganado a buen precio, que el mercado internacional sea un factor detonante para el desarrollo de este sector y mejorar el nivel de bienestar de los ganaderos de la región.

2. ¿Por qué razón se registran estadísticas bajas de exportación de ganado del sureste del estado de Chiapas?

Para que los ganaderos puedan exportar el ganado tienen que cumplir con todos los requisitos y trámites y resultan tal vez para ellos un poco engorrosos y también la mayoría vende el ganado en pie en su rancho.

3. ¿Cuáles son las principales barreras fitozoosanitarias del gobierno mexicano para autorizar la exportación de ganado del sureste del estado de Chiapas?

Como existe un T.L.C. Triangulo del Norte, entre los países de México, Guatemala, Honduras y El Salvador, los acuerdos, es que el ganado para efectos de comercio, estén libres de Brucelosis y Tuberculosis y baños de garrapaticidas

4. ¿Como representante de la institución, estaría en la mejor disposición de facilitar los servicios a los ganaderos para exportar ganado a los País de Guatemala y El Salvador, C.A?

Por supuesto que nuestras oficinas y personal están a sus órdenes para favorecer el desarrollo de la ganadería en la región.

ENTREVISTA QUE SE APLICA AL
AGENTE ADUANAL EN CIUDAD HIDALGO, CHIAPAS, MEXICO

Objetivo de la entrevista

Determinar los impuestos y servicios aduanales que se pagan para exportar ganado de México a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

1. ¿Qué servicios ofrece el recinto fiscalizado o patio fiscal para exportar ganado a los Países de Guatemala y El Salvador, C.A.?

Que ofrece los servicios de sus instalaciones para la supervisión y verificación de los datos declarados del exportador al lugar de destino.

2. ¿Por qué razón se registran estadísticas bajas de exportación de ganado del sureste del estado de Chiapas?

Considero que los ganaderos deben tener capacitación y cultura de exportar y les es más fácil vender su ganado en su rancho.

3. ¿Cuáles son los documentos a elaborar como requisitos para exportar ganado?

La factura, análisis zoosanitario (tuberculosis y brucella), T.L.C., certificado zoosanitario de exportación, certificado médico veterinario, carta encomienda para la agencia aduanal, elaborar el pedimento y orden de carga.

4. ¿Cuánto son los costos por elaborar y expedir los documentos para exportar ganado del sureste del estado de Chiapas?

Los costos de despacho aduanal, son \$1,260.00 Incluye IVA., costo de transporte por pasar la aduana \$250.00 más IVA, costo de lote de revisión \$20.00 por transporte.

ENTREVISTA QUE SE APLICA POR MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO A GANADEROS DE LA REGIÓN SURESTE DEL ESTADO DE CHIAPAS

Objetivo

Determinar el interés de los ganaderos de la región sureste del estado de Chiapas, de exportar ganado a los Países de Guatemala y El Salvador, C.A.

1. ¿Cuáles son los beneficios de exportar ganado a los Países de Guatemala y El Salvador, C.A.?

El 75 por ciento respondió que es necesario buscar otros mercados, porque en la región la actividad ganadera es poco rentable por los bajos precios que pagan los coyotes.

El 25 por ciento comentó que no tienen experiencia pero es cuestión de organizarse los productores y buscar buenos clientes y sean honestos al pagar.

2. ¿Por qué razón se registran estadísticas bajas de exportación de ganado?

El 65 por ciento respondieron que las estadísticas son bajas, porque les falta quién los asesore, las dependencias de gobierno son poco accesibles y quieren mordidas los empleados y esto es burocracia y corrupción y frena el crecimiento de la ganadería.

El resto, argumentó que son pocas las cabezas de ganado y es difícil ponerse de acuerdo con otros pequeños propietarios para exportar su ganado y prefieren venderlo en su rancho, sin ningún problema.

3. ¿Cuáles son las principales barreras fitozoosanitarias del gobierno mexicano para autorizar la exportación de ganado, a los Países de Guatemala y El Salvador, C.A.?

El 95 por ciento de los productores ganaderos de la muestra aplicada, argumentó que la región está libre de enfermedades de Brucelosis y Tuberculosis.

El 25 por ciento de los ganaderos, comentó que no hay registros de enfermedades en la región.

4.- ¿Considera Ud. que su ganado no tienen problemas de sanidad animal, para exportarlo?

El 90 por ciento respondió que vacunan los animales de manera preventiva y la ventaja es que practican la ganadería extensiva de libre pastoreo, donde los animales no dependen de alimentos hormonales. También comentaron que en los meses de verano

se aplican baños contra la garrapata, porque transmiten enfermedades y el ganado no engorda.

El resto respondió que atienden bien a su ganado.

5. ¿Qué estrategias tendrán que aplicar para exportar ganado a los Países de Guatemala y El Salvador, C.A?

El 95 por ciento considera favorable el interés de exportar ganado al país de Guatemala, pero necesitan que los capaciten de manera específica y el gobierno simplifique los procesos.

El 5 por ciento prefiere vender para el mercado interno y nacional.

3.3.4 Aplicación de instrumentos de investigación

El formato de entrevista se aplicó el 9 de agosto al 10 de octubre de 2009 al presidente de la Asociación Ganadera Local, a un empresario del País de Guatemala, funcionario de SAGARPA, al Agente Aduanal en Ciudad Hidalgo y por muestreo aleatorio estratificado a ganaderos de la región sureste del estado de Chiapas,

3.3.5 Análisis de datos

El Análisis e interpretación de datos de la investigación de campo, fueron los días 9 al 13 del mes de noviembre, para el reporte final de la investigación de campo.

Las tendencias de opinión de las entrevistas aplicadas, fueron:

El presidente de la asociación ganadera, se deduce, donde los ganaderos quieren vender a mejores precios sin tener que pasar por intermediarios, dado que ellos reciben la mayor rentabilidad, y del que el gobierno facilite los trámites y servicios para expedir los documentos de exportación con el resultado de poder buscar nuevos mercados a centro América.

El empresario ganadero del País de Guatemala, contestó que en la región costa del estado de Chiapas, se consiguen animales de suizo, Cebú, Brahaman y Simbrah, y están libres de Brucelosis y Tuberculosis.

El funcionario de la SAGARPA, contestó que los ganaderos para exportar tienen que cumplir con todos los requisitos y trámites y necesitan cultura de exportación.

El agente aduanal, contestó que los documentos requeridos para la exportación son: la factura, análisis zoosanitario (tuberculosis y brucella), T.L.C., certificado zoosanitario de exportación, certificado médico veterinario, carta encomienda para la agencia aduanal, elaborar el pedimento y orden de carga,

Los productores ganaderos, en su mayoría están a favor de buscar otros mercados que paguen mejor precio y sea rentable la actividad ganadera en la región.

3.4 Análisis del modelo de competitividad global para la comercialización de ganado en pie a los países de Guatemala y El Salvador

El proceso de globalización de los mercados y la acelerada innovación tecnológica no resultan ajenos al sector ganadero de la región del Sureste del estado de Chiapas, el análisis de competitividad a nivel empresa y/o sectores se ha convertido en ineludible.

El incremento de la competitividad del país, en términos territoriales y sectoriales, no es un capricho gubernamental, sino que es una condición para no rezagarnos con relación a otros países competidores, mejorando el nivel de bienestar de la población vía el incremento de la productividad y el escalamiento de la producción hacia niveles que representen mayor valor agregado.

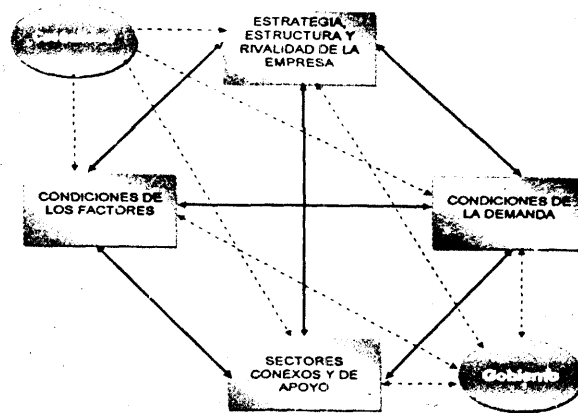
Las organizaciones crean ventajas competitivas y consolidan sus ventajas comparativas a través de la adaptación de estrategias empresariales, innovación y desarrollo tecnológico, transferencia de tecnología, capacitación de capital humano, entre otras estrategias.

La competitividad es un término relativo. Quién es competitivo el día de hoy, tal vez mañana ya no lo sea, y viceversa. La competitividad implica, mantenerse despierto y siempre activo.

El objetivo de la aplicación del Diamante de competitividad para exportación de ganado vacuno en el sur del estado de Chiapas a los países de Guatemala y el Salvador, es elaborar un modelo global que muestre los indicadores de competencia para la comercialización de ganado en pie.

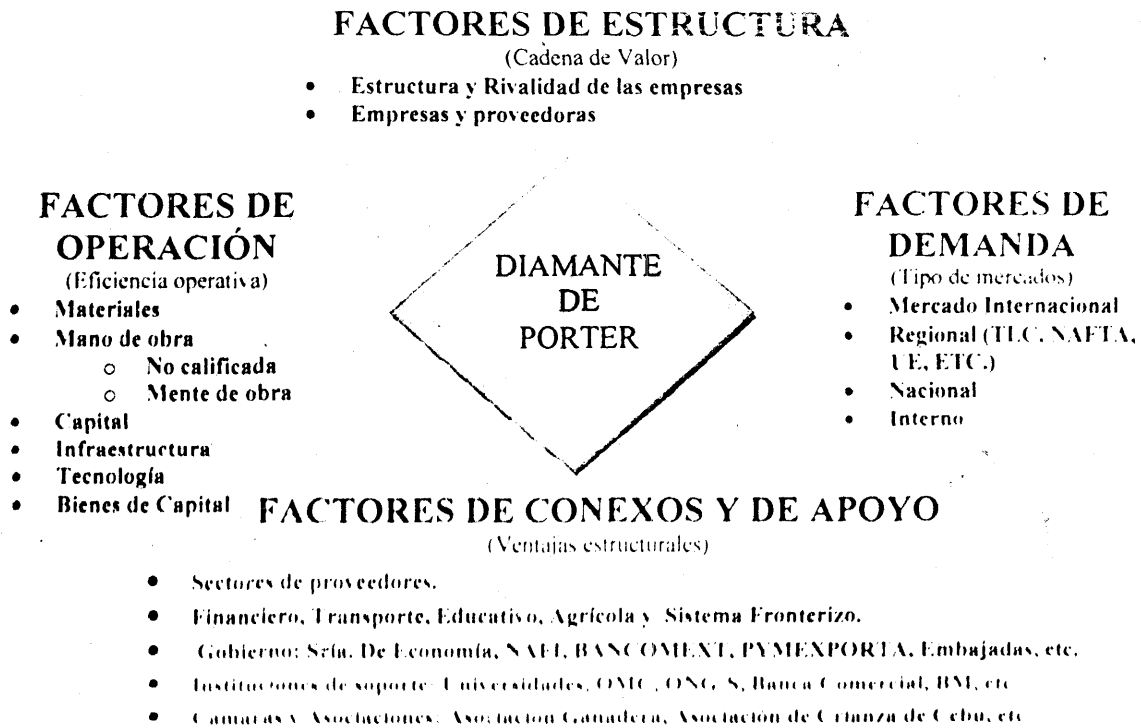
En este modelo se aplica el análisis de comercialización para la exportación a los países de Guatemala y El Salvador donde se describe los antecedentes del marco teórico del Diamante de Michael Porter, con la productividad en el comercio internacional y el análisis básico de competitividad y los determinantes de la ventaja competitiva.

Figura 6. El Diamante de competitividad de la nación



Fuente: Porter (2005), Ventaja competitiva.

Figura 6-1. Diagnóstico del Diamantes de Competitividad



Fuente: Elaboración propia con base a Porter (2005).

3.4.1 Determinantes de la ventaja competitiva para exportación sector ganadero en el estado de Chiapas con los países Guatemala y El Salvador

A continuación se describe la aplicación del diamante de Porter del Sector Ganadero en el estado de Chiapas también se realiza un análisis de los cuatro determinantes del diamante.

1. Condiciones de los factores productivos

El agrupamiento de los factores al sector ganadero, es desagregado en factores básicos, factores avanzados y factores especializados (ver tabla 16):

Tabla 16. Clasificación de categorías genéricas de factores para el sector ganadero

Factores Básicos	
Recursos Humanos	Mano de obra no especializada
Recursos Físicos	Tierra, agua, energía eléctrica, clima, localización geográfica
Infraestructura	Transporte, servicios de comunicación, servicios públicos, servicios médicos, servicios aduanales, servicios de traslado en transporte, tráiler, enrejados.
Factores Avanzados y Especializados	
Recursos Humanos	Profesionistas, Especialistas en Negociación, Buscador de Nuevos Mercados, Técnicos y Consultores especializados, MVZ.
Recursos Físicos	Corrales de aislamiento, corrales de ambiente controlado.
Recursos de Capital	Joint venture, financiamiento comercial, benchmarking.
Infraestructura	Internet, radio, transferencia de fondos, registro y manejo de animales.

Fuente: Elaboración propia

La creación de factores avanzados y especializados en conjunción con los factores básicos, ha permitido la reproducción, engorda y comercialización de ganado donde predomina cruza de razas Cebú como la Brahman, Pardo Suizo, Indobrasil, Guzarat,

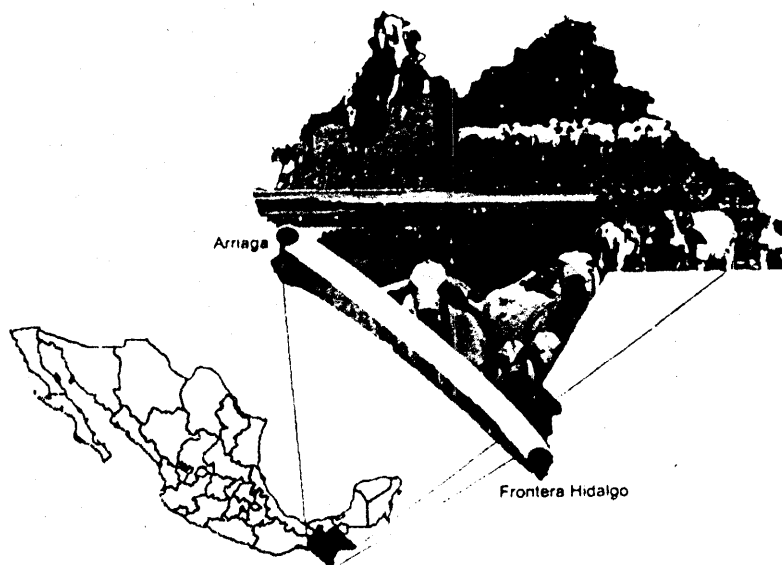
europas como la Hereford, Simmental. (esta especie es originaria de las zonas tropicales, como Veracruz, Chiapas, Tabasco, y más susceptible para su cría), así como también obtener productos derivados y tecnologías de producción propias.

Actualmente Chiapas cuenta con un inventario ganadero de 2.3 millones de cabezas, lo que lo ubica en la tercera posición en México, con un crecimiento de producción de carne de 18 por ciento, es decir de 85 mil 800 toneladas en el 2006 a más de cien mil en 2009.

Chiapas ocupa el tercer lugar nacional en inventario ganadero y el onceavo en producción de leche, destacando cuatro regiones altamente productoras, de donde se conforman las cuencas lecheras ubicadas en las regiones de Pijijiapan (Istmo-costa), Juárez (norte), Catazajá (Selva-Palenque) y Cuxtepeques (centro).

A continuación se muestran el volumen de producción en el estado de Chiapas que se conforma del istmo de la costa hasta frontera hidalgo en el 2007 (ver tabla 16 y tabla 17):

Figura 7. Ubicación Geografía de Índice Agostadero desde el Istmo de Pijijiapa a Frontera Hidalgo



Fuente: Elaboración propia

Donde se ve en la tabla 17 un dato de producción ganadera por municipio desde Arriaga hasta Frontera Hidalgo por municipio en el 2007.

Tabla 17. Volumen de la producción de ganado por municipio 2007

Municipio	Bovino	Porcino	Ovino
Cabezas de Ganado			
Estado	39 788	3 805	497
Acacoyagua	286	49	6
Acala	756	148	33
Acapetahua	2 240	134	38
Arriaga	1 557	233	41
Cacahoatán	0	38	2
Chalchihuitán	50	76	0
Escuintla	704	64	20
Frontera Hidalgo	242	47	10
Huehuetán	547	19	0
Huixtla	496	25	0
La Libertad	4 921	126	54
La Trinitaria	4 658	1 320	9
Mapastepec	4 560	343	49
Mazatán	1 018	84	59
Metapa	90	19	3
Motozintla	340	9	4
Pijijiapan	8 313	351	29
Suchiate	462	122	18
Tapachula	1 586	246	91
Tonalá	5 999	290	28
Tuxtla Chico	57	21	3
Tuzantán	201	14	0
Villa Comaltitlán	705	25	0

Fuente: SAGARPA. Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera (2007).

La producción de ganado en pie se obtiene del peso vivo del ganado registrado en la entidad para sacrificio, exportación y movilización a otros estados, vemos que se cuenta con 39 mil 788 cabezas en el 2007 solo en el istmo de la costa hasta Frontera Hidalgo.

2. Condiciones de la demanda

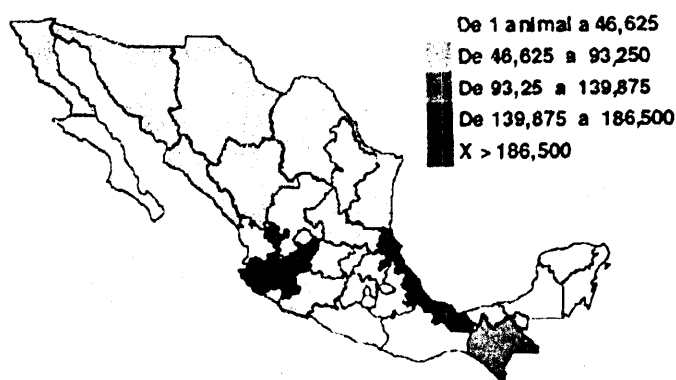
A continuación se describe las características, comportamiento y segmentación de la demanda en el mercado internacional.

a) Composición y calidad de la demanda interna

La tendencia del consumo de carne va en aumento debido principalmente al crecimiento de la población, puesto que una gran cantidad de personas en su dieta cuenta con carne al menos una vez al día. Contando con una diversidad de platillos en México lo que da la oportunidad de aprovechar diferentes tipos de carnes, teniendo a la mano el poder adquirir cualquier producto pecuario.

El consumo de carne de res continuará incrementándose debido a la creciente demanda del consumidor por proteína animal y el incremento general de la población. La demanda está creciendo más rápidamente entre la clase media y superior en las grandes ciudades donde el ingreso per cápita es mayor.

Figura 7. Regiones de Mayor Productividad de Ganado Bovino

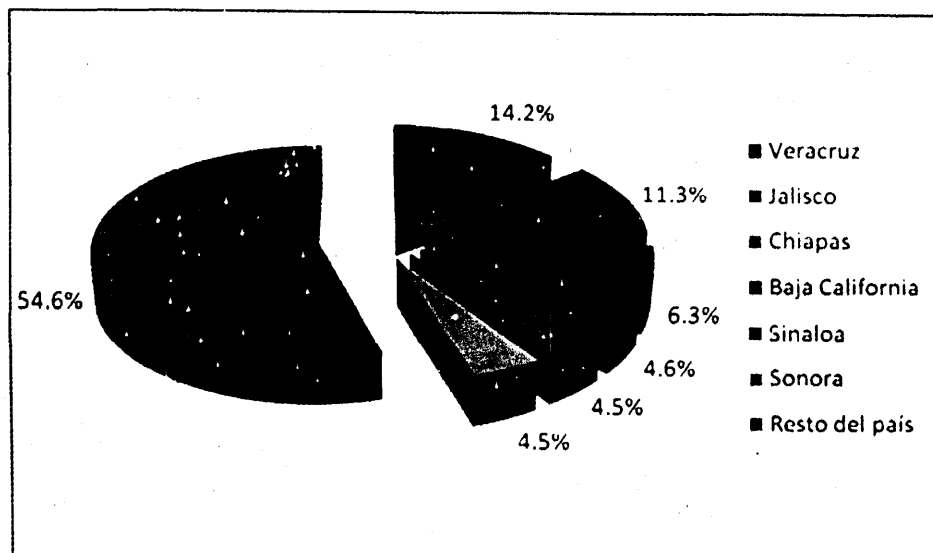


Fuente: SAGARPA. Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera 2007.

Las diferencias en las condiciones geográficas y climatológicas entre los estados del norte (Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León y Tamaulipas) y los del sureste

(Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán) han influido de manera considerable en el desarrollo de la actividad ganadera de bovino de engorda.

Figura 9. Principales Estados Productores de Ganado de Bovino 2007

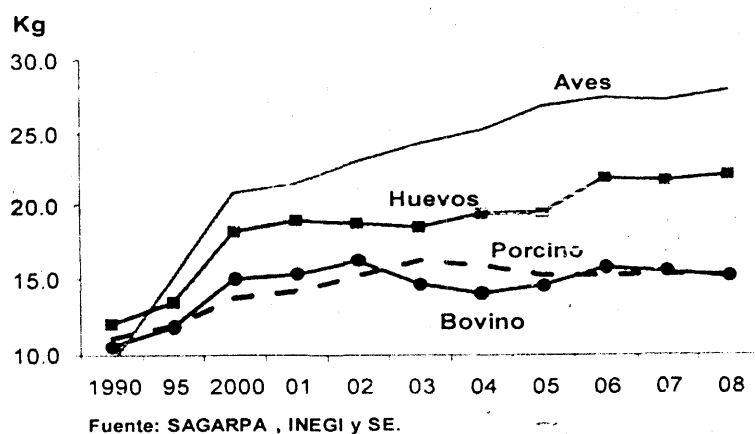


Fuente: Elaboración propia con datos del (SIAP).

Entre 2003 y 2008, el precio promedio al productor ha registrado un incremento de 61.40 por ciento, al pasar de \$14.68 pesos por kg en 2003 a \$23.69 pesos por kg en 2008.

De igual forma, los precios al mayoreo del ganado bovino en pie han tenido una tendencia alcista; donde el precio más bajo se presentó en 2003 (\$24.88 pesos el kg.)

Gráfica 1. Consumo per Cápita de Productos Pecuarios en México 1990-2008



Fuente: SAGARPA, INEGI y SE.

El consumo de bovino no interfiere con otra clase de carne, teniendo un lugar en la preferencia del consumidor. El sector bovino es menos importante para la economía nacional pecuaria, desde el punto de vista del volumen, que los otros grupos principales de carne. Sin embargo, debido a la resistencia del ganado bovino, que permite criarlo en condiciones difíciles, como también a la función que desempeña en las celebraciones y preferencia de algunos lugares como platillos típicos. Estos animales son importantes para la seguridad alimentaria y la cohesión social, especialmente en el centro y norte del país.

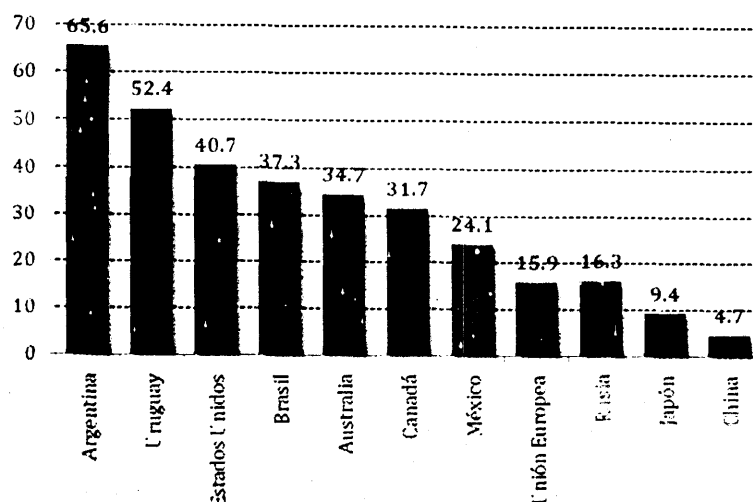
Como vemos en la Gráfica 1, el consumo de carne por habitante ha venido creciendo a través del tiempo, debido principalmente a la creación de establecimientos para la comercialización más cerca de la gente como son: mercados públicos, carnicerías y tiendas de autoservicios.

b) Condiciones de la demanda internacional

Según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés), la producción mundial de ganado bovino (carne de res) aumentó con respecto al 2007, al cierre de 2008 se estimó una producción de 59.25 millones de toneladas, este incremento fue de 0.26 millones. Con respecto al año 2004, la producción se incrementó en 6.6 por ciento, dicho incremento ha sido proporcional a la demanda por este producto.

La producción y el consumo de carne bovina continúan con una tendencia a crecimientos modestos, sobre el 1 por ciento anual, mientras que las carnes de aves y cerdos mantienen tendencias de crecimiento superiores al 4 por ciento anual. Las razones son explicadas por el cambio de hábitos de consumo por productos más saludables y que relacionan a la carne de res con enfermedades coronarias, el costo más alto al consumidor, presiones de grupos ambientalistas y las nuevas regulaciones para la trazabilidad del origen de los productos. En el corto plazo se pueden agregar otros factores como la obligación de realizar buenas prácticas de producción y el trato humanitario a los animales.

Gráfica 2. Consumos internacionales Per cápita de carne de bovino porcentual en el 2008.



Fuente: FAO Food Outlook 2008

Las perspectivas de incremento en los volúmenes de venta de carne de res son debidas a la creciente demanda de la población, la preferencia por proteína animal, el rápido crecimiento de las cadenas de tiendas de supermercados, tiendas de comida rápida y el sector turístico.

Datos por SAGARPA señalan que del total de hogares que gastan una parte de sus ingresos en la compra de carnes en general, cerca del 72 porciento destina una parte de su gasto a la compra de carne de res y ternera, observándose la tendencia mayor ingreso-mayor gasto. Los cortes mas comprados son el bistec y milanesa, siguiéndoles la pulpa, trozo y molida. Los cortes a los que se les destinan menor cantidad de gasto incluyen lomo, filete, chuleta, costilla, cortes especiales y otras partes de res y ternera.

Condiciones de la demanda internacional Guatemala

El mercado nacional de carne bovina en Guatemala muestra importantes variaciones, más allá de lo que revelan las cifras del consumo per cápita promedio. En realidad es el país con las mayores diferencias en consumo per cápita entre la población pobre

especialmente rural y la urbana de mayores ingresos. En las zonas urbanas se han extendido considerablemente los restaurantes de comida rápida y ello ha puesto presión en los requerimientos de importación de carne para la elaboración de hamburguesas. Por otro lado, hay un grupo destacado de restaurantes de carne en base a cortes finos.

- **Producción e industria**

Aun cuando Guatemala tiene un hato de tamaño importante y, por lo tanto, una producción considerable, es uno de los principales importadores, junto con El Salvador. Según el reciente censo ganadero, se estima que en Guatemala existen alrededor de tres millones de cabezas. No obstante, el precio del ganado en el país es muy alto debido a la gran demanda de ganado en pie que existe por parte de intermediarios que llevan el ganado a engordar a México.

En Guatemala existen 20 rastros privados y 197 rastros municipales, muchos de los cuales funcionan con deficiencias de diseño, sanitarias, operacionales y ambientales. Cerca del 90 por ciento de dichos rastros están localizados dentro de áreas urbanas, funcionan con deficiencias de diseño y de planificación, operan con faenado y destace inapropiado, utilizan personal operativo sin capacitación, operan sin inspección higiénico-sanitaria o funcionan sin licencia sanitaria. Además, contaminan directamente el ambiente sin ninguna medida de amortiguamiento, carecen de suministro de agua potable recomendado por jornada, efectúan el proceso de destace en el piso o carecen del equipamiento tecnificado requerido. Dadas estas circunstancias, las plantas que cumplen con un nivel mayor de compromisos y exigencias quedan en desventaja frente a los rastros que presentan las características anteriores. Esto, aunado a los altos precios del ganado en pie, ha producido una desventaja competitiva para las plantas industriales.

Algunas plantas compran gran parte del ganado en pie desde Nicaragua, o incluso compran la carne deshuesada o sin deshuesar para procesar. Algunas de ellas le venden los preparados de carne a cadenas de comida rápida, las cuales suplen no sólo sus locales en Guatemala sino también en el resto de Centroamérica.

- **El mercado de ganado**

En el mercado de ganado no existe un mecanismo establecido institucionalmente para la venta y compra de los animales. Normalmente se hace por medio de intermediarios que acopian ganado, y que en algunos casos se exporta a México.

Los precios del ganado son muy altos dentro de Guatemala debido a la demanda que hay por parte de empresas que terminan de engordar el ganado en México y lo venden al mercado estadounidense. Esto hace que para las industrias locales sea más rentable solo procesar la carne, que comprar el ganado e iniciar el proceso desde su matanza.

- **Importaciones por país de origen**

Centroamérica en especial Costa Rica y El Salvador- y Estados Unidos han sido los principales países de donde Guatemala importa carne bovina. Sin embargo, aunque este último socio comercial sigue siendo particularmente importante, la relevancia de los países centroamericanos ha crecido, y países como Nicaragua y Panamá han pasado a ser importantes orígenes de importación.

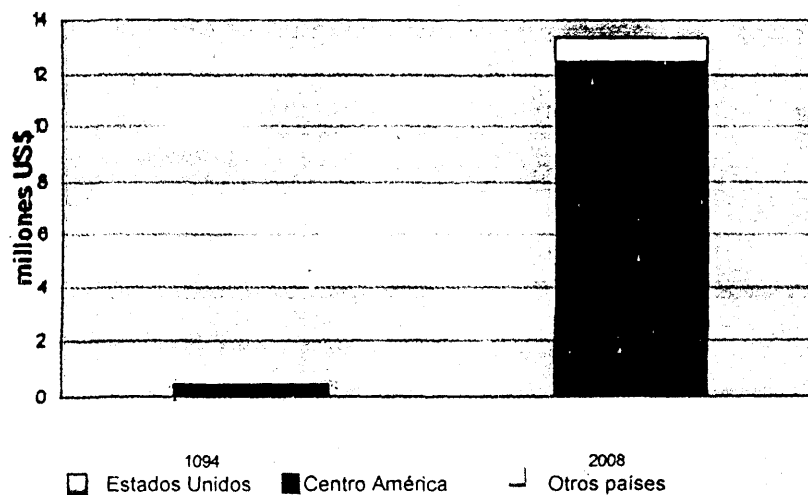
Desde 1997 las importaciones provenientes de Nicaragua superaron a las provenientes de Estados Unidos. Desde entonces Nicaragua es el principal mercado de origen de las importaciones guatemaltecas, seguido por Estados Unidos. Además, para el año 2002 se importaron grandes cantidades desde Panamá y Costa Rica.

En 1994 las importaciones guatemaltecas fueron de US\$ 414 mil y 227 toneladas métricas. El 51 por ciento provenía de Estados Unidos y el 31 por ciento de Centroamérica en especial de Costa Rica, que representaba el 55 por ciento del total centroamericano. Para el año 2008 las importaciones desde Estados Unidos decrecieron en términos relativos, mientras que las centroamericanas aumentaron significativamente.

Como se puede observar en el Gráfico 4, la importancia relativa de los productos centroamericanos dentro de las importaciones guatemaltecas ha aumentado

enormemente, pasando de un 31 por ciento en 1994 a un 72 por ciento en 2008. Igualmente, su valor absoluto ha aumentado significativamente y ha presentado una tendencia creciente. Dentro de este crecimiento se debe destacar el aumento de las importaciones provenientes desde Nicaragua. Incluso, en el mismo gráfico se observa que el comportamiento de las importaciones centroamericanas se asemeja al de las importaciones provenientes desde Nicaragua. Para el año 2008 representaron el 52 por ciento del volumen traído desde Centroamérica.

Gráfica 3. Guatemala: Importaciones de ganado y carne bovina por País de origen 1994 y 2008



Fuente: Elaborado por SIDE con datos de SIECA.

En términos absolutos, Guatemala importó un total de US\$ 414 mil en productos bovinos, de Centroamérica en 1994 y para el año 2008 este monto ascendió a US\$ 13.4 millones; es decir, se multiplicó por 32.

En síntesis, se puede afirmar que la tendencia en términos absolutos de las exportaciones e importaciones guatemaltecas hacia y desde Centroamérica respectivamente, refleja que el comercio total de productos de origen bovino de este país hacia la región ha crecido en los últimos años. Esto confirma que el mercado intrarregional ha ido adquiriendo mayor importancia para Guatemala. Este crecimiento

del comercio con la región ha hecho los precios de estos productos dentro de la misma tiendan a equipararse, lo cual hace que el intercambio tenga mayor fluidez.

Condiciones de la demanda internacional de El Salvador

El mercado nacional de carne bovina revela algunos aumentos y algunas disminuciones del consumo per cápita durante el período comprendido entre 1995 y 2007. Sin embargo, detrás de esta cifra general el mercado nacional ha tendido a cierta diversificación según los costos y la calidad de la carne bovina procedente del exterior. El ingreso de restaurantes de comida rápida ha implicado una creciente demanda por hamburguesas y por lo tanto se ha expandido su importación.

Las carnes de pollo y de cerdo son productos sustitutos de la carne bovina, razón por la cual el aumento en su consumo, especialmente de la carne de pollo. Esta es una de las principales explicaciones que tiene el poco crecimiento del consumo de carne de origen bovino.

- **Producción e industria**

Los participantes en el mercado nacional de ganado son pequeños productores, la mayoría de los cuales poseen menos de 20 cabezas. Existe también una pequeña cantidad de fincas de lechería especializada, en las que se usan razas lecheras Holstein, una tecnología más intensiva en el uso de la tierra, inseminación artificial, ordeño mecánico y suplementación con alimentos balanceados.

Asimismo, participan las plantas (mataderos) industriales, que son principalmente: Soyapango, con capacidad para sacrificar solo el 23 por ciento de la matanza nacional, Santa Ana, San Miguel y Mex, que procesan entre 10 y 14 mil reses por año. Además, existen 42 mataderos que procesan menos de 10 mil reses al año y gran cantidad de rastros asociados a municipios, que procesan pequeñas cantidades individualmente. También participan los comercializadores que distribuyen los productos finales a quienes venden a los consumidores, e incluso venden directamente a estos mismos como el caso de los supermercados.

La industria salvadoreña tiene limitantes importantes, lo cual hace poco rentable a la actividad. Entre estas limitaciones está la falta de equipos adecuados para el aprovechamiento de la carne y de los subproductos, básicamente por el escaso volumen de reses que procesan estos mataderos individualmente. Asimismo, la proliferación de muchos mataderos pequeños hace que la comercialización de la carne esté atomizada. Existen problemas serios de inocuidad asociados a la falta de camiones refrigerados, a la manipulación de las canales dentro de los mataderos y a su manipulación durante el deshuese en las carnicerías.

Otro factor que ha distorsionado el mercado nacional de carne es la falta de un sistema de clasificación de las canales y los cortes de la carne, lo cual hace que el consumidor no tenga información suficiente sobre el tipo de carne que adquiere.

Esto ha contribuido a que aumenten las ventas de carne proveniente de Nicaragua, que aunque tampoco está etiquetada, viene empacada al vacío y garantiza algunas condiciones de calidad e inocuidad.

- **El mercado de ganado**

En El Salvador existen 17 importantes centros de comercialización de ganado o "Tianguis" en diferentes zonas del país. Estos operan en días específicos de la semana y los oferentes de ganado se presentan con los animales y los negocian con sus compradores.

Este comercio es de persona a persona; por un lado, los comercializadores de carne, carniceros y representantes de supermercados, y por otro, los oferentes del ganado, que puede ser los mismos productores. Sin embargo, en la mayoría de las ocasiones son los intermediarios quienes realizan estas transacciones, tanto los intermediarios que acopian y transportan el ganado hacia los Tianguis como los intermediarios que compran los lotes para sacrificio y luego venden el ganado en pie o en canales a las carnicerías.

Además del comercio para sacrificio también se comercializan animales destinados a la reproducción, cuyos destinos son otras fincas en el país y ganado macho para engorde.

Muchos de estos últimos están en edades tempranas y son acopiados y exportados hacia Guatemala y México.

Aunque el esquema de comercialización de los Tiangués no pareciera ser el óptimo, tiene aspectos positivos, como es la existencia de cierta información de precios del ganado en pie.

Es importante destacar que existe un volumen importante de ganado de origen nicaragüense y hondureño que se sacrifica en El Salvador y cuya entrada no siempre está documentada.

- **El comercio internacional**

En el mercado internacional de carne bovina se reconocen dos tipos generales de productos: la carne fresca (refrigerada o congelada), ya sea en canal o en cortes, y la que se comercializa luego de procedimientos industriales para dar productos de valor agregado (cocción, enlatados, producción de embutidos, etc.). La carne fresca es el producto más importante y representa más del 85 por ciento del total comercializado. Los principales actores del mercado mundial de carne bovina pueden agruparse en tres categorías: los exportadores netos, los que exportan e importan grandes volúmenes y los importadores netos.

El Salvador pertenece a la última categoría pues su flujo comercial se compone de importaciones de grandes volúmenes de animales, productos y subproductos bovinos, y de exportaciones de los mismos prácticamente nulas.

- **Importaciones por país de origen**

La región centroamericana ha sido el principal mercado de donde El Salvador importa ganado y carne bovina. Se puede destacar Nicaragua como el abastecedor más importante, seguido de Guatemala y Costa Rica. Otros países de donde se importan cantidades menos importantes son Estados Unidos y México.

Vale la pena mencionar que las importaciones salvadoreñas de carne bovina desde Estados Unidos consisten, en su mayoría, en preparaciones de bovino de alto valor.

En 1994 las importaciones provenientes de Centroamérica representaron prácticamente el cien por ciento, tanto al inicio del período como al final del mismo.

Las importaciones provenientes de Nicaragua representaron el 95 por ciento del total importado en el año 1994 y el 96 por ciento del total importado de Centroamérica. En 2007 lo importado de este país constituyó un 91 por ciento del total y un 93 por ciento del total centroamericano. Aunque las importaciones desde Nicaragua aumentaron en términos absolutos, disminuyeron en términos relativos.

Las importaciones provenientes de Guatemala y Costa Rica aumentaron, tanto en términos absolutos como en términos relativos. En el caso del valor de las importaciones provenientes de Guatemala, pasó de US\$ 76 mil en 1994 a US\$ 1.8 millones en el 2007, representando un 0.6 por ciento y un 3.7 por ciento respectivamente. En el caso de las importaciones provenientes de Costa Rica pasaron de US\$ 99 mil a US\$ 1.4 millones en el 2007 y representaron un 0.8 por ciento y un 3 por ciento respectivamente.

En síntesis, se puede afirmar que la tendencia en términos absolutos de las exportaciones e importaciones salvadoreñas hacia y desde Centroamérica respectivamente, refleja que el comercio total de productos de origen bovino de este país lo realiza con la región. Es así que el mercado interregional es el de mayor importancia para El Salvador. El comercio con la región ha hecho que los precios de estos productos dentro de la misma tiendan a equipararse, lo cual hace que el intercambio tenga mayor fluidez.

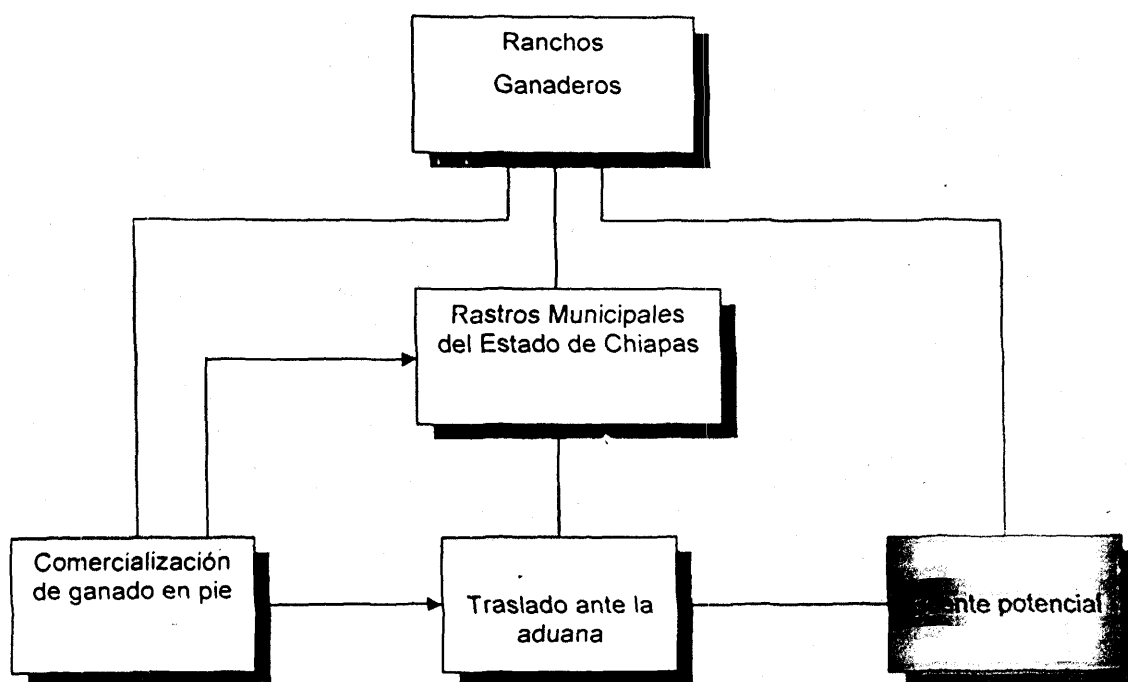
3. Sectores conexos y de apoyo

La producción pecuaria se encuentra prácticamente dedicada a la generación de alimentos (carne, leche, huevos, vísceras) y a diversas materias primas, principalmente pieles. Cada tipo de ganadería contribuye de manera diferente a la generación de éstos productos; además la procreación del ganado sirve también, sobre todo en las áreas campesinas, como medio de trabajo y transporte.

La figura 9 esquematiza la forma en que los sectores proveedores internacionalmente competitivos están sirviendo de base para el éxito mexicano en el sector ganadero. La ventaja competitiva en algunos sectores proveedores confiere ventajas potenciales a las empresas de muchos sectores de una nación, porque producen insumos que se emplean mucho y que tienen una gran importancia para la innovación o la internacionalización.

La comercialización del ganado en pie procedente del sector ganadero de la región, contribuye para su comercialización al mercado nacional e internacional.

Figura 10. Comercialización de ganado en pie que ha conseguido éxito internacional



Fuente: Elaboración propia

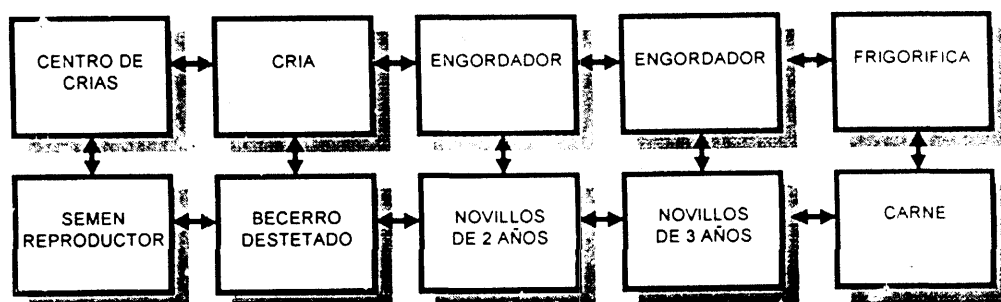
- **La ventaja competitiva en sectores conexos**

Sectores conexos son aquellos en los que las empresas pueden coordinar o compartir actividades de la cadena del valor cuando compiten, o aquellos que comprenden productos que son complementarios, como se observa en la figura 10

La venta de ganado bovino, contribuye al desarrollo de los sectores conexos principalmente la venta en pie entre otros servicios complementarios. También contribuye significativamente a la innovación en los sectores conexos antes mencionados por la calidad y cualidades de la especie o raza.

Los sectores relacionados contribuyen al desarrollo competitivo del sector ganadero, debido a que estos sectores al comercializar su ganado en pie tanto al mercado nacional e internacional, atraen la demanda de la calidad de la carne. El gobierno federal ha implementado un programa de competitividad para el sector ganadero en el estado de Chiapas donde se fomenta la inversión del gobierno para el incremento de crianza del ganado bovino, lo cual contribuirá a incrementar la demanda de ganado bovino.

Figura 11. Cadena productiva primaria de carne en el Segmento de Ganadería



Fuente: Elaboración propia

4. Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

En éste determinante genérico de la ventaja competitiva, se describe cómo se organiza y gestiona la comercialización de ganado en pie para la exportación a Guatemala y El

Salvador, así como la naturaleza de la rivalidad a nivel nacional. El rubro anterior está constituido por la evaluación externa e interna de la empresa.

La evaluación externa se describirá en la sección 3.4.2. y una parte de la evaluación interna (estrategias genéricas, análisis de la cadena de valor) se describirá en la sección 3.4.3.. La evaluación interna de las áreas funcionales de Planeación Estratégica, Producción, Aseguramiento de la Calidad, Comercialización, Contabilidad y Finanzas, Recursos Humanos, Gestión Ambiental y Sistemas de Información se tratarán al detalle en siguiente factor.

5. Variables casualidad y gobierno

A continuación se describe el impacto de las variables casualidad y gobierno en el desarrollo de la ventaja competitiva para la comercialización de ganado bovino en el estado de Chiapas para la exportación a Guatemala y El Salvador.

1) Casualidad

La variable casualidad ha influido en el desarrollo de la ventaja competitiva de la comercialización de ganado en pie, presionando al sector ganadero del estado de Chiapas a desarrollar factores especializados y procesos innovación en la cría por los siguientes acontecimientos:

- Fluctuaciones en los mercados financieros mundiales
- Sobrevaluación del tipo de cambio, peso vs dólar americano
- Incremento no previsto de la demanda mundial
- Ciclos económicos nacionales y mundiales

2) Gobierno

La contribución de la variable del Gobierno a la comercialización de ganado vacuno, son las siguientes:

- FOCIR (Joint venture).
- SECRETARÍA DEL TRABAJO (Apoyo económico para la contratación de consultores especializados en las áreas de nutrición animal, producción, costos y planeación).
- BANCOMEXT (Coordinación y logística en ferias internacionales).
- SAGARPA (Permiso para la exportación y comercialización de la especie).
- Vinculación con Centros de Investigación y Universidades desarrollando investigación que contribuye a la comercialización en el desarrollo de factores avanzados y especializados.
 - Facultad de Ciencias de la Administración, Campus IV en Tapachula Chiapas (investigación y proceso de comercialización de ganado en pie a Centro América en la Licenciatura de Comercio Internacional)
 - Facultad de Ciencias Químicas, Campus IV en Huehuetan Chiapas, (Centro de investigación sobre manejo de genética animal en la Licenciatura Médico Veterinario)
 - Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural
 - Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad
 - Agroalimentaria (SENASICA).
 - Secretaría del Campo (SC).
 - Uniones Ganaderas Regionales y sus Filiales.
 - Comité de Fomento y Protección Pecuaria del Estado de Chiapas (CFPP).

3.4.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Características del sector: Economías de escala, inversiones de capital, curva de aprendizaje o de experiencia, diferencias propias del producto, políticas gubernamentales, instalaciones de cría conjunta y rentabilidad esperada.

El Sector ganadero de la región sur este del estado de Chiapas, le resulta atractivo la comercialización debido a que tiene economías de escala, tiene un Join Venture, su producto es diferenciado y cuenta con permisos gubernamentales para la crianza y comercialización de ganado en pie.

La empresa tiene costos conjuntos (capacidad instalada de corral para la movilización y traslado de ganado), se requiere un conjunto de herramientas para la comercialización de ganado como: (experto en exportación y movilización de ganado, MVZ certificado para análisis clínico de tuberculosis y brucelosis, despachos aduaneros, corrales disponibles secano a la frontera).

3.4.2.2 Rivalidad entre los competidores.

Características del sector: Diferencias del ganado, costos fijos elevados y barreras de salida. Actualmente la comercialización de ganado le resulta atractivo el sector, ya que al contar con un ganado diferenciado, es probable que el sector no tenga que reducir los precios para asegurar las ventas; al trabajar con economías de escala le permite reducir los costos fijos y tener más rentabilidad en comparación con otros países proveedores. La curva de aprendizaje en conjunto con las economías de escala le ayudan a tener un flujo de efectivo más elevado, debido a unos costos más bajos y por ende tener recursos frescos para inversión en tecnologías e instalaciones productivas. Los costos de cría son altos, ya que se requieren buena alimentación y una dieta balanceada.

3.4.2.3 Poder de negociación de los proveedores

Características del sector: Número de proveedores, importancia del cliente, importancia del volumen para el proveedor.

Para el sector ganadero le resulta atractivo el sector debido a los siguientes factores: los proveedores no les conviene estratégicamente integrarse hacia adelante, el volumen de tecnología se encuentra con existente en el estado como lo vemos en la figura (12) y por la cercanía de la frontera los costo es más atractivo que para otros estados; resultando el costo de exportación en el precio de venta. Con respecto a la compra de materia prima, por el tamaño de los pedidos de exportación se podría conseguir mejores precios que su competidor.

Figura 13. Tipo de tecnología empleada en la ganadería de bovinos

Porcentaje de unidades que cuentan con tecnología, respecto al total existente

Tipo de tecnología	% de unidades respecto al total
Vacunación	54.5%
Desparasitación	48.7%
Baño garrapaticida	46.1%
Sales minerales	35.8%
Rotación de potreros	18.9%
Alimento balanceado	14.9%
Monta controlada	9.3%
Inseminación Artificial	2.6%
Asistencia técnica	2.3%
Mejoramiento genético	1.1%
Implante de embriones	0.3%
Aplicación de hormonas	0.3%
Otros	0.2%

Fuente: INEGI. Censo Agropecuario 2007



3.4.2.4 Poder de negociación de los compradores

Características del sector: Sensibilidad al precio, diferencias en productos, volumen de compra.

Para la ganadería le resulta atractivo el sector por los factores siguientes: el producto es diferenciado por los tipos de raza ya antes mencionado, a los compradores les conviene estratégicamente comprar con México por la integración de Tratado de Libre Comercio entre México, Guatemala, El Salvador y Honduras, los compradores al adquirir grandes

volúmenes de ganado requieren un mejor precio y por consiguiente la exportación de ganado bovino obtiene mayores márgenes de utilidad que su competidor más cercano.

3.4.2.5 Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Características del sector: Productos de las especies aves, porcino, caprino y productos sintéticos.

Para la ganadería le resulta regular el atractivo del sector, debido a que los productos son demandados en el mercado internacional por el crecimiento de consumo y dado que esto no afectan al mercado.

3.4.3. Evaluación interna

La evaluación interna de la exportación de ganado, comprende los rubros de estrategias genéricas, la cadena de valor agregado y las áreas funcionales de la comercialización (planeación estratégica, finanzas y contabilidad, producción, marketing y sistemas de información); éstas últimas son tratadas al detalle.

3.4.3.1 Estrategias Genéricas

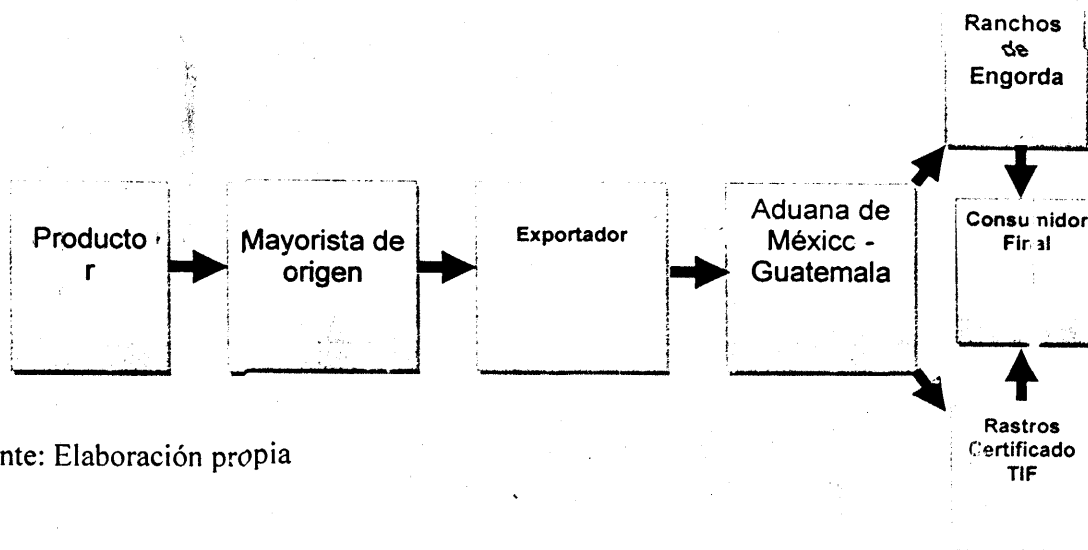
La exportación, ha logrado el liderazgo en costo y la diferenciación por las siguientes razones:

- Las economías de escala, la introducción de innovaciones tecnológicas y la cercanía a la frontera con Guatemala y El Salvador le han permitido exportar con bajos costos de comercialización en comparación a su competidor más cercano (Veracruz, Tabasco, etc).
- El ganado que comercializa tiene cualidades intrínsecas propias de la raza de engorda, las condiciones climatológicas, la cual hace que el producto sea diferenciado y de calidad, que los productores de otras especies.

3.4.3.2 La cadena de valor agregado

A continuación se muestra la cadena de valor del sector ganadero en el sur este del estado de Chiapas, ver siguiente figura:

Figura 14. Cadena de valor de exportación del sector ganadero



Fuente: Elaboración propia

Para ver en que parte de la cadena se está obteniendo valor, es necesario desagregar cada cuenta del Estado de Resultados hasta nivel subcuenta o subsucuenta según el caso de la comercialización.

A continuación se muestra el Estado de Resultados a un mes, la cadena de valor por producto; y su desglose parcial del corte, de acuerdo a cálculos del autor de la presente tesis.

a) Estado de Resultados al primer mes:

El Estado de Resultados en las Razones de Rentabilidad muestra el ingreso por venta de ganado, la utilidad sobre venta y el margen de utilidad:

Ingresos por venta de ganado vacuno: \$ 8,400,000.00

Utilidad sobre venta antes de impuestos: \$ 983,760.00

Margen de Utilidad Neta: \$ 640,865.16

La empresa actualmente cuenta con créditos a Corto Plazo y Largo Plazo, (utilizado en la modernización y ampliación de la captación en el proceso de comercialización en la etapa de exportación).

b) Cadena de Valor Agregado por producto:

Tabla 18. Cadena de Valor Agregado

Gastos de operación					
Gastos de administración:					\$ 40,604.00
Gastos de venta					\$ 31,716.00
Dep. activo fijos tangibles					\$ 10,100.00
Amort. activo fijos intang-					\$ 16.67
Utilidad de operación					\$ 901,323.33
(-) Costos financieros					\$ 11,232.84
Ingresos gravable					\$ 890,090.49
I.S.R.	28%				\$ 249,225.34
P.T.U.	0%				\$ -
Utilidad neta					\$ 640,865.15

Fuente: Elaboración propia

c) Desglose parcial de la Cadena de Valor para la comercialización en el mercado internacional:

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Costo de alimentación	6%
COSTO DE DISTRIBUCIÓN	
Costo de flete	2%
Costo de pase a la aduana trailer	0.05%
Costo de Aduana	0.2%
Seguro Internacional	0.1%
Gastos de Administración	
Gastos de Administración	0.5%
Gastos de Venta	
Gastos de Venta	0.4%
I.S.R.	3.0%
P.T.U.	0.0%
Utilidad Neta	7.6%
	100.0%

Fuente: Elaboración propia

3.4.4 Etapas del desarrollo competitivo.

Referente a las cuatro etapas del desarrollo competitivo tratadas en el Capítulo II, la comercialización de ganado ha recorrido las tres primeras etapas en orden consecutivo como se muestra en la siguiente figura:

Figura 15. Etapas del desarrollo competitivo



Fuente: Porter (2005) Ventaja competitividad

Hay empresas que pueden pasar de la etapa impulsada por los factores a la etapa impulsada por la innovación, sin embargo en la comercialización de ganado el desarrollo de cada una de las etapas fue en orden consecutivo debido principalmente a los siguientes factores:

- El hábitat de la raza del ganado vacuno son lugares apropiados por el clima trópico del estado de Chiapas.
- La comercialización de ganado en Guatemala y El salvador fue la pionera en la exportación legal donde no se tenía conocimiento del proceso del certificado de exportación expedida por SAGARPA.
- Se requieren aproximadamente de 1.5 a 3 años para llegar a tener el peso de 450 a 550 kg. Demandado en el mercado internacional.
- Se requieren tener un capital de trabajo para los trámites y permiso para el proceso de exportación.
- También se requiere tiempo para obtener una curva de aprendizaje significativa en cada una de las etapas de negociación por los factores que intervienen tales como (cultura, política, guerrilla, etc).

A continuación se exponen las principales características de las etapas del desarrollo de la competitividad de la comercialización de ganado vacuno del sur este del estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador (ver tabla 20):

Tabla 20. Etapas del desarrollo competitivo de la comercialización de ganado vacuno del sur este del estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador

Determinante del Diamante Porter	Etapas impulsadas por los factores	Etapas impulsadas por la inversión	Etapas impulsadas por la innovación
Condiciones de los factores	*Los factores básicos (recursos naturales, clima, mano de obra semi calificada, abundante y barata) son la fuente esencial y generalizada de ventaja competitiva *Los procesos de crianza de la empresa son rudimentarios. *se requieren aproximadamente 1.5-3 años para obtener el peso ideal demandado en el mercado internacional.	*Los factores básicos continúan siendo una ventaja. *Se destina inversión (joint venture) para la adquisición de equipo y construcción y modernización de instalaciones productivas. *Se requieren profesionistas con estudios profesionales en procesos de exportación y cuidado de animal para la movilización. *Consultores especializados dan capacitación a técnicos y funcionarios en área productivas. *Se empiezan a desarrollar factores avanzados en el área de producción. *Se desarrollan economías de escala.	*Se crean y perfeccionan factores avanzados y especializados para generar ventajas. *La empresa comienza a desarrollar tecnologías propias en las áreas de reproductores, incubación, engorda y exportación del ganado. *Universidades y Centros de investigación contribuyen en las actividades de la exportación del ganado. Criaderos de reciente operación, demandan los servicios para la comercialización a nuevos mercados. *Se continúa desarrollando la calidad, productividad y mejora.
Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa	*Por ser el sector con capacidad de producción y acercamiento a la frontera, no existe rivalidad, no hay criaderos en el resto del país. *La planeación es casi nula.	*El sector ganadero del estado de Chiapas no tiene rivalidad con estados de producción por los costos de exportación a los nuevos mercados. *Consultores en costos y finanzas, capacitan al área gerencial para exportación de ganado.	*Los ganaderos cuentan con competidores internacionales con certificación que son proveedores de los mismo mercados. *Se crea una comercializadora para el proceso de exportación de ganado a mercados internacionales.

		* Los ganaderos empiezan hacer uso de las técnicas de planeación estratégica y finanzas * Los ganaderos obtienen el certificado de exportación expedido por SAGARPA.	* Ganaderos de reciente operación, demandan los servicios para la exportación en capacitación en las áreas de crianza y engorda. * Los ganaderos asiste a ferias nacionales e internacionales para la demostración de las razas que comercializa.
Condiciones de la demanda	* No existía demanda local. El producto es mal pagado para los ganaderos nacionales.	* Se inicia la comercialización a nivel nacional e internacional de ganado en pie para rastros tipo TIF.	* La demanda de los consumidores internacionales se incrementa por la calidad del producto y estabilidad de los precios. * Se incrementa la demanda internacional debido al bajo costo y calidad de la carne.
Sectores conexos y de apoyo	* Las industrias de sectores conexos y de apoyo están pobremente desarrolladas y no son significativas para generar ventajas competitivas.	* Las industrias de sectores conexos y de apoyo están bastante subdesarrolladas; persiste la dependencia de tecnología y equipo extranjero.	* Las industrias de sectores conexos y de apoyo están bien desarrolladas en los clusters de clase mundial.

Fuente: Elaboración propia

En este modelo se realiza una aplicación real del análisis y del marco teórico de competitividad de Porter para comercialización de ganado vacuno del sur este del *estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador*.

Finalmente se explican las etapas del desarrollo competitivo que ha recorrido la comercialización, y se exponen las principales características de las etapas de desarrollo de la competitividad para exportación.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS FINANCIERO

El presente capítulo tiene como finalidad proyectar la rentabilidad financiera para la exportación del sector ganadero del sureste en el estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador, dado que son dos mercados distintos, se hizo la rentabilidad a un solo país donde los costos varían en el transporte de carga, como resultado vemos la Tasa Interna de Retorno y el valor presente neto.

4.1 Inversión de activos fijos tangibles

Se describe los costos de materiales de construcción con un rancho de 10Has. Con un valor de 200mil para el área de concentración de ganado, un vehículo para transporte y un equipo de cómputo para la movilización y manejo del mismo.

Tabla 21. Inversión de activos fijos tangibles

Conceptos	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Área de concentración de ganado 10 Has.	10	\$ 200,000.00	\$ 2,000,000.00
Vehículo transporte	1	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00
Equipo de cómputo	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Total de activos fijos tangibles			\$ 2,084,000.00

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Inversión en activos fijos intangibles

Se tiene un total de inversión inicial de activos fijos tangible de 2,086,000 pesos, con depreciación a 5 años. Ver anexo E.

Licencias y permisos	\$2,000.00
Costos de inversión total de construcción:	\$2,086,000.00

4.3 Costos del proyecto de inversión

La suma de los activos fijos tangibles + los intangibles + el capital de trabajo, es igual a el costo del proyecto de 5, 830,280.00 pesos.

Inversión en activos fijos tangibles	\$ 2,084,000.00
Inversión en activos fijos intangibles	\$ 2,000.00
Capital de trabajo	\$ 3,744,280.00

4.4 Composición de la Inversión

Teniendo una composición de inversión principal sobre el patrimonio mas el crédito dando como resultado el costo del proyecto.

Patrimonio	\$	4,706,996.00
Crédito	\$	1,123,284.00
Total de composición de Inversión	\$	5,830,280.00

4.5 Capital de trabajo

Se requiere de un capital de trabajo de dos semanas para desplazar 8 tráileres madres con 42 cabezas de ganado resultando el total de 336 cabezas de ganado con un capital de trabajo de \$3,744,280.00 teniendo un crédito del 30 porciento del capital de trabajo de 1,123,284.00, Los ingresos que obtiene el propietario de exportador en dos semanas, financia la exportación de 4 semanas.

Tabla 22. Capital de Trabajo a dos semanas

Necesidades de capital de trabajo para dos semanas del mes de octubre de 2009

Costos de venta de 336 cabezas de ganado:	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total de producción
Costos de venta de animales (4 trailler de 42 cabezas de ganado por semana y 8 trailler por dos semanas = 336 cabezas de ganado, de 500 kgs. Por animal)	500	336	\$ 20.00	\$ 3,360,000.00
Costo de alimentación de animales, antes de exportar al lugar de destino (30 días)	30	336	\$ 25.00	\$ 252,000.00
Costos de exportación :				
8 Fletes de transporte de 42 cabezas de ganado por trailer, del rancho al destino final del cliente del país de Guatemala,	Fletes por trailler madres	8	\$ 10,000.00	\$ 80,000.00
Pasar trailler con ganado por la aduana de ciudad Hidalgo, Chiapas	Trailler	8	\$ 250.00	\$ 2,000.00
Costo de aduana (autorizar paso)	Trailler	8	\$ 1,265.00	\$ 10,120.00
Seguro internacional por trailler	Seguro internacional	8	\$ 500.00	\$ 4,000.00
Total costos de compra				\$ 3,708,120.00

Gastos de operación:				
Gastos de administración:				
Servicio teléfono	Una instalación	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Servicio de agua purificada	Garrafón de 18 litros	4	\$ 12.00	\$ 48.00
Papel higiénico	Piezas	5	\$ 6.00	\$ 30.00
Vasos desechables	Juego de 25 vasos	5	\$ 8.00	\$ 40.00
Gerente	Sueldo	1	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Dos empleados	Sueldo	4	\$ 1,600.00	\$ 6,400.00
Prest. Ley 36%		36%		\$ 5,184.00
Total gastos de administración				\$ 20,302.00
Gstos de venta				
Viaticos		4	\$ 500.00	\$ 2,000.00
Gastos de combustibie	Litros de gasolina	200	\$ 7.40	\$ 1,480.00
Vehiculo	Mantenimiento	1	\$ 2,810.00	\$ 2,810.00
Gastos menores		1	\$ 9,568.00	\$ 9,568.00
Total gastos de venta				\$ 15,858.00
Capital Trabajo				\$ 3,741,280.00

Fuente: Elaboración propia

4.5.1. Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio de dos semanas

Al cierre del ejercicio se observa una venta de 4 millones 200mil pesos con una utilidad sobre venta del 11.71 por ciento menos gastos administrativos, operativos, depreciación, amortización de activos intangibles y menos impuestos, donde se obtienen una utilidad neta de 7.73 por ciento por 336 cabezas de ganado vendidas en 2 semanas.

Tabla 23 Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio de dos semanas

Ingresos por ventas de cabezas de ganado	Unidad de medida	Cantidad de animales	Peso promedio por animal (Kgs.) y (\$)	Precio unitario	Ingresos total de venta de flor
Ingresos por venta de ganado vacuno (novillos)	Cabezas de ganado	336	500	\$ 25.00	\$ 4,200,000.00
Costos de venta de 336 cabezas de ganado:	Cabezas de ganado	336	500	\$ 20.00	\$ 3,360,000.00
Costo de alimentación de animales, antes de exportar al lugar de destino (30 días)	30	336		\$ 25.00	\$ 252,000.00
Costos de exportación:					
8 Fletes de transporte de 42 cabezas de ganado por trailer, del rancho al destino final del cliente del país de Guatemala, C.A.	Fletes por trailller madres	8		\$ 10,000.00	\$ 80,000.00
aduana de ciudad Hidalgo, Chiapas	Trailer	8		\$ 250.00	\$ 2,000.00
Costo de aduana (autorizar paso)	Trailer	8		\$ 1,265.00	\$ 10,120.00
Seguro internacional por trailer	Seguro internacional	8		\$ 500.00	\$ 4,000.00
Utilidad sobre ventas					\$ 491,880.00
Gastos de operación					
Gastos de administración:					\$ 20,302.00
Gastos de venta					\$ 15,858.00
Dep. activo fijos tangibles					\$ 5,050.00
Amort. activo fijos intang-					\$ 8.33
Utilidad de operación					\$ 450,661.67
(-) Costos financieros					\$ -
Ingresos gravable					\$ 450,661.67
I.S.R.	28%				\$ 126,185.27
P.T.U.	0%				\$ -
Utilidad neta					\$ 324,476.40

Fuente: Elaboración propia

4.5.2. Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio a cuatro semanas

Teniendo como resultado en el estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio se observa una venta de 8 millones 400mil pesos con una utilidad sobre venta del 11.71 por ciento menos gastos administrativos, operativos, depreciación, amortización de activos intangibles y menos impuestos, donde se obtiene una utilidad neta de 7.73 por ciento por 672 cabezas de ganado vendidas en 4 semanas.

Tabla 24. Estado de pérdidas y ganancias al cierre del ejercicio a cuatro semanas

Ingresos por ventas de cabezas de ganado	Unidad de medida	Cantidad de animales	Peso promedio por animal (Kgs.)	Precio unitario	Ingresos total de venta de flor
Ingresos por venta de ganado vacuno (novillos)	Cabezas de ganado	672	500	\$ 25.00	\$ 8,400,000.00
Costo de venta de los animales (novillos)	Cabezas de ganado	672	500	\$ 20.00	\$ 6,720,000.00
Costo de alimentación de animales, antes de exportar al lugar de destino (30 días)	30	672		\$ 25.00	\$ 504,000.00

Costos de exportación:

16 fletes de transporte de 42 cabezas de ganado por trailer, del rancho al destino final del cliente del país de Guatemala, C.A.	Fletes por trailler madres	16		\$ 10,000.00	\$ 160,000.00
Pasar trailer con ganado por la aduana de ciudad Hidalgo, Chiapas	Trailer	16		\$ 250.00	\$ 4,000.00
Costo de aduana (autorizar paso)	Trailer	16		\$ 1,265.00	\$ 20,240.00
Seguro internacional por trailer	Seguro internacional	16		\$ 500.00	\$ 8,000.00
Utilidad sobre ventas					\$ 983,760.00
Gastos de operación					
Gastos de administración:					\$ 40,604.00
Gastos de venta					\$ 31,716.00
Dep. activo fijos tangibles					\$ 10,100.00
Amort. activo fijos intang-					\$ 16.67
Utilidad de operación					\$ 901,323.33
(-) Costos financieros					\$ 11,232.84
Ingresos gravable					\$ 890,090.49
I.S.R.	28%				\$ 249,225.34
P.T.U.	0%				\$ -
Utilidad neta					\$ 640,865.16

Fuente: Elaboración propia

4.6. Punto de equilibrio

- a) ¿Qué cantidad de ganado se debe de exportar para que los ingresos sean iguales que los costos?

Obteniendo del costo fijo total entre 1 menos costo variable total entre ventas da el punto de equilibrio de 1 millón 295mil 423.27 pesos dando el resultado de los ingresos y costos iguales.

$$P.E. = C.F.T. / 1 - C.V.T. / VETAS$$

$$P.E. = 254,193.51 / 1 - 6,751,716.00 / 8,400,000.00$$

$$P.E. = \$ 1,295,423.27 \quad \text{Los ingresos y costos son iguales}$$

b) ¿Cuántas cabezas de ganado se debe de exportar para alcanzar el punto de equilibrio?

Dando como resultado 103 a 104 cabeza de ganado a un precio de 12,500.00 pesos con un costo valor unitario de 10,047.20 pesos

$$P.E. = C.F.T. / P.U. - C.V.U.$$

Donde:

$$P.U. \text{ Precio por cabeza de ganado} \quad \$ \quad 12,500.00$$

$$C.V.U. = \frac{\text{Costo variable total}}{\text{número de cabezas de ganado exportado}} \quad \$ \quad 10,047.20$$

$$P.E. = 103.63 \quad \text{Cabezas de ganado en punto de equilibrio}$$

4.7. Razones financieras

a) Tasa de rentabilidad de inversión

La tasa de rentabilidad de inversión es igual a la utilidad neta entre los costos del proyecto de inversión dando como resultado a 30.72 por ciento de la rentabilidad

$$T.R.I. = \text{Utilidad neta} / \text{Costos del proyecto de inversión}$$

$$T.R.I. = 30.72\%$$

b) Tasa de rentabilidad del activo total

La tasa de rentabilidad del activo fijo es igual a la utilidad neta entre el activo total dando como resultado el 10.53 por ciento de rentabilidad.

$$T.R.A.T. = \text{Utilidad neta} / \text{Activo total}$$

$$T.R.A.T. = 10.35\%$$

c) Valor presente neto (V.P.N)

Son los flujos de efectivo con tasa de descuento mínima aceptado (TREMA) y se utiliza el método del valor presente neto (VPN).

Con este método, se descuentan los flujos de efectivo a valor presente, determinando una tasa mínima de rendimiento aceptable (TREMA) donde se utiliza la formula:

$$VPN = FNE / (1 + i)^n$$

En las proyecciones de flujos de efectivo, se aplican la utilidad neta.

Formula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5} + \frac{VR}{(1+i)^5}$$

Tabla 25. Valor presente neto

Periodos	F.N.E.	FACTOR	V.P.N.	FACTOR	V.P.N.
		1.40	1.40	1.35	1.35
0	\$ 2,086,000.00				
1	\$ 1,046,017.71	1.40	\$747,155.51	1.35	\$774,827.93
2	\$ 1,003,301.93	1.40	\$511,888.74	1.35	\$550,508.60
3	\$ 988,805.46	1.40	\$360,351.84	1.35	\$401,892.17
4	\$ 963,569.61	1.40	\$250,825.07	1.35	\$290,100.19
5	\$ 925,777.27	1.40	\$172,133.87	1.35	\$206,460.83
			\$2,042,355.04		\$2,223,789.74

Fuente: Elaboración propia

d) Tasa interna de retorno (TIR)

Representa el rendimiento de inversión del costo del proyecto a una tasa de descuento y un periodo determinado

$$\text{TIR} = \text{Dif. tasa} \left[\frac{\text{VAN tasa menor} - \text{periodo 0}}{\text{VAN t. menor} - \text{VAN t. mayor}} \right] + \text{tasa minima}$$

$$\text{TIR} = \text{Dif. tasa} \left[\frac{2,223,789.74 - 2,086,000.00}{2,223,789.74 - 2,042,355.04} \right] + 0.35$$

$$\text{TIR} = 38.8\%$$

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones relativas a los objetivos específicos

Se cumple con el objetivo la aplicación del marco teórico Porter a la comercialización de ganado vacuno del sureste del estado de Chiapas a Guatemala y El Salvador donde está basado en una perspectiva microeconómica.

En la formulación del Diamante para la exportación de ganado vacuno, se realizó una aplicación real de la teoría de Porter al sector ganadero de la región. Se aplicaron las teorías y modelos desarrollados por el propio Porter en el periodo 1980-1990.

Referente a la competitividad en el sector ganadero del sureste de estado de Chiapas, se implementó el modelo de las Cinco fuerzas de Porter, resultando para la exportación atractivo el sector.

Las categorías genéricas en factores avanzados que ha creado la empresa le han permitido ser líder y competitiva en el sector (las categorías referente a Recursos Físicos, Recursos Humanos y primordialmente Recursos de Capital han contribuido significativamente en el desarrollo de la Ventaja Competitiva de para la exportación). El Diamante para la comercialización de ganado vacuno está integrado por cinco determinantes en lugar de los cuatro determinantes convencionales del Diamante Porter". Los determinantes que integran son: 1) Condiciones de los Factores, 2)Condiciones de la Demanda, 3)Sectores Conexos y de Apoyo, 4)Gobierno, y 5)Estrategia, Estructura y Rivalidad de la Empresa.

5.2 Conclusiones relativas al objetivo general

El objetivo general se cumplió por la demanda del mercado internacional que existe en Guatemala y El Salvador, teniendo visto en el sector ganadero de la región sureste del estado de Chiapas que cuanta con más de 39 mil cabezas de ganado bovino en 23 municipios que abarca desde el istmo de Pijijiapa hasta Frontera Hidalgo, teniendo una

mayor competitividad estratégica siendo vecinos con la frontera de Guatemala los costos y la rentabilidad son favorables.

5.3 Limitaciones del modelo planteado

En el modelo planteado se limita a la falta de acuerdos con las Asociaciones Ganaderas locales y municipales, la Asociación de Tablajeros, y el Gobierno Federal, dando como resultado a la falta de plus valía y calidad al sector ganadero de la región sureste del estado de Chiapas donde no se encuentra un rastro tipo TIF dando como consecuencia la disminución de venta y competitividad en los mercados.

5.4 Recomendaciones

El comercialización debe reforzar el área de Contabilidad y Finanzas, ya que gran parte de los factores y sub-factores de mencionada área no resultaron ser muy competitivos (los factores de las restantes áreas funcionales de la empresa coadyuvaron a que el determinante “Estrategia, Estructura y Rivalidad de la Empresa” obtuviera una competitiva aceptable).

En las Etapas del Desarrollo de la Competitividad , ha recorrido las dos primeras etapas (etapa impulsada por los factores y etapa impulsada por la inversión), iniciando la etapa de la Innovación (desarrollo de tecnología propia); sin embargo para consolidar ésta etapa se requiere que la empresa continúe realizando inversiones en su sistema de producción e infraestructura, estas inversiones y apoyos técnicos pudiera conseguirlos a través del programa del gobierno federal “Política Económica para la Competitividad”, ya que el sector ganadero está considerado como un sector estratégico para el desarrollo de la competitividad del país.

Actualmente el sector ganadero ha rebasado los parámetros de densidad óptima de población de cada una de las etapas de crianza de novillos, lo que representa que el sector ganadero debe ampliar su mercado. Si los ganaderos no logra obtener nuevos mercados en la comercialización, el ganado permanecerá en las Casetas de Ambiente

Controlado por más de tres años donde podrá perder el valor comercial y calidad de la carne disminuyendo la productividad y por ende la competitividad.

REFERENCIAS

- AMEG (2010). Indicadores Económicos de la Industria. México. Autor: Asociación Mexicana de Creadores de Ganado Bovino, A.C. Recuperado 23 de Octubre del 2009: <http://www.ameg.org.mx/>
- Banco Nacional de Comercio Exterior (2005) Como hacer negocios en Guatemala. México: Bancomext
- Banco Nacional de Comercio Exterior (2005) Como hacer negocios en El Salvador. México: Bancomext
- Banco Nacional de Comercio Exterior. (1998). Guía Básica de Exportación. México: Bancomext.
- Banco Nacional de Comercio Exterior. (2001). Plan de Negocios para la Exportación. México: Bancomext.
- BANCOMEXT (2008). Instrumento del Gobierno Mexicano cuya misión consiste en incrementar la competitividad de las empresas mexicanas: <http://www.bancomext.com>
- Bueno, E; Cruz, Roche, Durán, JJ. (1989). *Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales*. Ediciones Pirámides SA. pp. 281-289
- Cámara Diputados (2010). Ley Aduanera. México. Autor. Recuperado en el Diario Oficial de la Federación el 6 de enero de 2010: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>
- Cámara Diputados (2010). Ley de Comercio Exterior. México. Autor. Recuperado en el Diario Oficial de la Federación el 6 de enero de 2010: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>
- Fisher, L. (1997) Investigación de mercados, 2da Edición, México, editorial: McGraw Hill. P. 57
- Gaytan, R. "Teoría del comercio Internacional" Ed. Siglo XXI España 1998;
- Ghemawat. (2000). La estrategia en el panorama del negocio (1ª Ed.). México D.F; México: Prentice Hall.
- Hernández Millan, R. (1998). *Logística de la distribución comercial, un enfoque sistémico*. Revista Logística Aplicada, No 4

- INEGI (2010). Estadística de Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. México.
Autor: Instituto de Estadística y Geografía. Recuperado 17 de diciembre del
2009: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est&c=6130&e=&i=>
- INEGI. (S.F.) *Datos demográficos en Chiapas*. México: Autor. Recuperado el 26 de
octubre del 2009 de: <http://www.inegi.gob.mx>
- KOTLER, P. (1986) Megamarketing. *Harvard Business Review*, pp.117-124.
- Kotler, F. (1995). *Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control*.
Tomo I. y II.
- Lamb, Ch., Hair, J., y McDaniel, C. (1998). *Marketing*. México: International
Thompson Editores, S.A. de C. V.
- Martínez, A. (2005). *Finanzas para directivos* (1ª Ed.). México D.F; México;
MacGraw-Hill.
- Medina, L. *Métodos de Investigación I y II* (2001). Dirección General de Educación
Tecnológica Industrial, SEP, México, D.F.
- Moreno, F. (2005). *Las finanzas en las empresas* (6ª Ed.). México D.F; México:
MacGraw-Hill.
- Perdomo Moreno. (2002.). *Elementos básicos de administración financiera* (10ª
Ed.). México D.F; México: Thomson.
- Perdomo Moreno. (2004.). *Toma de decisiones financieras* (4ª Ed.). México D.F;
México: Thomson.
- Porter, M. (1990) *The competitive advantage of nations*. Business Harvard
Review. Vol. No. pp. 73 – 93
- Porter, M. (1982) *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores
Industriales y de la Competencia*, CECSA, México.
- Porter, M. (1987) *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un
Desempeño Superior*, CECSA, México.
- Porter, M. (1990). *The Competitive advantage of Nations*, The Free Press, EUA.
- Porter, M. (1998). *On competition*, Harvard Business School Press, EUA.
- Porter, M. (1998). *The Competitive advantage of Nations: with a new introduction*,
MacMillan, Reino Unido.

Porter, M. (2005) *Ventaja Competitiva*. 4ta Ed. México: Compañía Editorial Continental.

Revista Chiapas (1995). Chiapas y sus recursos estratégicos. Recuperado el 19 de enero del 2010: <http://www.revistachiapas.org/No1/ch1cecena-barreda.html>

SAGARPA (2010). Base de Datos de Criadores de Ganado Bovino. México. Autor. Recuperado el 2 Noviembre del 2009: <http://www.sagarpa.gob.mx/delegaciones/inicio/chiapas/Faginas/default.aspx>

Santiago A. (2006). Tópicos y casos prácticos de matemáticas financieras (1ra edición). México; UNACH.

SIAP (2010). Avance mensual y acumulado de la producción pecuaria. México. Autor: Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquería. Recuperado 13 de Octubre de 2009: <http://www.siap.gob.mx/index.php?idCat=108#>

SICE (2010). Tratado de Libre Comercio México-El Salvador, Guatemala y Honduras (Triángulo del Norte). Autor: Sistema de Información Sobre el Comercio Exterior. Recuperado 20 de Noviembre del 2009: <http://www.sice.oas.org/Trade/mextnorte/indice.asp>

A N E X O S

Anexo A

FORMATO DE ENTREVISTA AL PRESIDENTE
DE LA ASOCIACIÓN GANADERA LOCAL

Nombre de la Asociación Ganadera Local: _____

Objetivo de la entrevista

Obtener información de directivos de la organización para determinar las expectativas de exportar ganado a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

Preguntas

1. Cuáles son los beneficios de los ganaderos de la región sur del estado de Chiapas de exportar ganado? _____

2. Que recomienda Ud. para que los ganaderos del municipio de Tapachula, puede exportar a Centro América? _____

3. A cuál de los dos país de Centro América, considera más factible exportar ganado? _____

4. Que opina Ud. de la capacidad de servicio de las autoridades de instituciones oficiales para autorizar los trámites y permisos de exportar ganado los países de Guatemala y El Salvador, C.A. _____

Gracias por contestar la entrevista

FORMATO DE ENTREVISTA QUE SE APLICA
A UN EMPRESARIO DEL PAÍS DE GUATEMALA, C.A.

Objetivo de la entrevista

Determinar el interés de importar ganado procedente de la región sureste del estado de Chiapas.

1. Cuáles serían los beneficios de importar ganado de la región sur del estado de Chiapas? _____

2. Que tipo de raza de ganado es la que más le interesa importar de la región sureste del estado de Chiapas? _____

3. Cuáles son las principales barreras fitozoosanitarias del gobierno del País de Guatemala para autorizar la importación del sureste del estado de Chiapas? _____

4. Que opina de los precios de importación del ganado que se importa del sureste del estado de Chiapas? _____

Gracias por contestar la entrevista

FORMATO DE ENTREVISTA QUE SE APLICA
A FUNCIONARIO DE SAGARPA, MÉXICO

Objetivo de la entrevista

Determinar los trámites y requisitos fitozoosanitarios para exportar ganado del sureste del estado de Chiapas, a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

1. Cuáles son los beneficios de exportar ganado de la región sureste del estado de Chiapas? _____

2. Por qué razón se registran estadísticas bajas de exportación de ganado del sureste del estado de Chiapas? _____

3. Cuáles son las principales barreras fitozoosanitarias del gobierno mexicano para autorizar la exportación de ganado del sureste del estado de Chiapas? _____

4. Como representante de la institución, estaría en la mejor condición de facilitar los servicios a los ganaderos para exportar ganado a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

Gracias por contestar la entrevista

FORMATO DE ENTREVISTA QUE SE APLICA AL
AGENTE ADUANAL EN CIUDAD HIDALGO, CHIAPAS, MEXICO

Objetivo de la entrevista

Determinar los costos y servicios aduanales que se pagan para exportar ganado de México a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

1. Que servicios ofrece el recinto fiscalizado o patio fiscal para exportar ganado a los Países de Guatemala y El Salvador, C.A.?

2. Por qué razón se registran estadísticas bajas de exportación de ganado del sureste del estado de Chiapas?

3. Cuáles son los documentos a elaborar como requisitos para exportar ganado?

4. Cuánto son los costos por elaborar y expedir los documentos para exportar ganado del sureste del estado de Chiapas?

Gracias por contestar la entrevista

DE ENTREVISTA QUE SE APLICA POR MUESTREO ALEATORIO
ESTRATIFICADO A GANADEROS DE LA REGIÓN SURESTE DEL ESTADO
DE CHIAPAS

Objetivo

Determinar el interés de los ganaderos de la región sureste del estado de Chiapas, de exportar ganado a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

1. Cuáles son los beneficios de exportar ganado a los Países de Guatemala y El Salvador, C.A.? _____

2. Por qué razón se registran estadísticas bajas de exportación de ganado?

3. Cuáles son las principales barreras fitozoosanitarias del gobierno mexicano para autorizar la exportación de ganado a los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

4.- ¿Considera Ud. que su ganado no tienen problemas de sanidad animal, para exportarlo? _____

5. Qué estrategias tendrán que aplicar para exportar ganado los países de Guatemala y El Salvador, C.A.

Gracias por contestar la entrevista

Anexo B

Definiciones y siglas

ÁREA DE AISLAMIENTO.- Parte de las instalaciones predestinada para alojar ganado enfermo.

ARETE AMARILLO DE ORIGEN.- Arete de plástico que se coloca en la oreja con las siguientes dimensiones: 7 cm. de ancho x 6 cm. de alto y los datos en el asentados serán: (dividido en 4 partes); cuadro superior izquierdo: los dígitos del estado de origen; cuadro superior derecho: los dígitos del municipio de origen; cuadro inferior izquierdo: las iniciales del propietario del ganado; cuadro inferior derecho: la fecha de ingreso al estado.

BRUCELOSIS.- También conocida como enfermedad de bang, fiebre ondulante y aborto contagioso, causada por bacterias del género brucella; provoca el aborto, disminución de la producción láctea e infertilidad de las especies susceptibles, es una enfermedad infectocontagiosa que afecta a los animales y al hombre, por lo que se considera una zoonosis.

BOVINO DE CARNE O ENGORDA.- Animales de la especie bovina cuya raza está especializada en la producción de carne.

BOVINO LECHE.- Animales de la especie bovina, cuya raza está especializada en la producción de leche.

BOVINO DE DOBLE PROPÓSITO.- Animales de la especie bovina de razas o híbridos cuya habilidad productiva permite obtener adecuados niveles de producción de leche y buen rendimiento del ganado en canal.

CARNE EN CANAL DE BOVINO, OVINO Y CAPRINO.- Parte del cuerpo de los animales sacrificados, después de retirárseles la piel.

CORRAL DE ACOPIO PARA EXPORTACIÓN.-

Establecimiento con registro ante la Dirección General de Desarrollo Agropecuario, Forestal y Pesca del Gobierno del Estado, con infraestructura para reunir ganado bovino de la entidad y prepararlo aplicando las medidas zoosanitarias y documentales establecidas para su exportación.

CUARENTENA.- Medida zoosanitaria basada en el aislamiento, observación y restricción de la movilización de animales y sus productos

FLEJE.- Dispositivo oficial que se instala en puertas y/o accesos de las unidades y compartimentos que transportan animales, sus productos y subproductos, con el propósito de asegurar que durante su traslado no se añadan o sustraigan animales, productos y subproductos.

GANADERÍA ESTACIONAL.- Sistemas productivos extensivos que muestran fluctuaciones en sus niveles de producción a lo largo del año, debido a la disponibilidad de recursos alimenticios naturales; en las zonas áridas la actividad ganadera está condicionada a la presencia de forraje después de las lluvias y al abastecimiento de agua durante el pastoreo; en la zona tropical está condicionada a la época de mayor disponibilidad de forraje y en algunas zonas, al acceso del ganado en áreas inundables.

GANADO BOVINO.- Especie animal cuya finalidad zootécnica, de acuerdo a su raza o hibridación, es la producción de leche, carne o ambas, incluye becerro, buey, torete, toro, vaca y vaquilla.

GANADO CAPRINO.- Especie animal cuya finalidad zootécnica, de acuerdo a su raza o hibridación es fundamentalmente la producción de carne y/o leche, se les conoce como cabra o chiva.

GANADO EN PIE.- La producción de ganado en pie, es el peso que tiene un animal vivo con destino al sacrificio o a la exportación.

GANADO ENVIADO AL SACRIFICIO.- Se refiere a los animales sacrificados por alguna razón económica, de salud u organizacional.

GANADO FINALIZADO ENVIADO AL SACRIFICIO.- Es el ganado que una vez terminado su período de engorda reúne las condiciones necesarias de edad y peso para ser sacrificado y procesado.

HATO.- Conjunto de bovinos que se encuentran ubicados en una unidad de producción particular o bien, determinado como hato municipal, estatal y nacional. Conjunto de animales de la misma especie que andan reunidos

IDENTIFICACIÓN OFICIAL.- Arete azul de exportación y arete oficial de campaña, conforme a la Norma Oficial Mexicana.

MARCA A FUEGO.- Marca permanentemente aplicada al ganado bovino, quemado pelo y piel, que lo identifican con los dígitos del estado de origen.

MOVILIZACIÓN.- *Traslado de animales, productos o subproductos de origen animal de un lugar a otro.*

M.V.Z. RESPONSABLE.- Medico Veterinario Zootecnista autorizado por la SAGARPA como Verificador en materia de rumiantes, responsable de la documentación correspondiente a movilización y de realizar las pruebas en su caso

NOVILLO.- Es el bovino macho joven de 12 hasta 42 meses de edad, castrado en los primeros meses de su vida, antes de desarrollar los caracteres sexuales secundarios.

PRODUCCIÓN EN PIE.- Es el peso total en pie de los animales sacrificados. Se obtiene de multiplicar el número de cabezas de la producción por el peso promedio en pie y el resultado se divide entre mil. Este cálculo lo realiza el Sistema.

PRODUCCIÓN PECUARIA.- Es la cantidad de producto que se obtiene de una especie animal, en un periodo determinado, ya sea que ésta lo produzca o bien que la especie misma sea el producto, cuantificado en litros o toneladas.

PRODUCTO GANADERO.- Es el bien específico que resultó del proceso productivo en cada una de las especies en el año.

PROGENITORA.- Ave de elevado valor genético, cuya función es producir aves reproductoras. Estas aves son hijas de las aves línea pura y se les conoce también como abuelas.

RASTRO.- Lugar donde se sacrifica y desuella el ganado y ave, para su posterior venta, generalmente al mayoreo.

REEMPLAZO.- Hembras o machos seleccionados de la propia producción o adquiridos en otra explotación, para sustituir al pie de cría que se desecha o muere.

RASTRO MUNICIPAL: Se refiere al espacio físico e infraestructura como centro de sacrificio, administrado por la autoridad municipal que tiene un responsable a su cargo que registra el número de animales que entran al sacrificio.

RASTRO PRIVADO: Empresa privada con características heterogéneas, algunas se manejan con las similitudes y lineamientos bajo los que opera una planta TIF (sin tener la certificación TIF), otras pueden tener particularidades de rastros municipales. Cuentan con permisos de salud de la autoridad correspondiente. Son establecimientos registrados.

ESTABLECIMIENTO TIPO INSPECCIÓN FEDERAL (TIF): Es el que está bajo la normatividad y autorización del SENASICA/SAGARPA, cuenta con la infraestructura, tecnología, equipo y personal capacitado para realizar un manejo higiénico sanitario desde el pre-sacrificio hasta la industrialización de la carne y subproductos de los animales de abasto, que garantiza la calidad e inocuidad de los mismos. Este tipo de establecimiento cuenta con la vigilancia sanitaria aprobada por el SENASICA/SAGARPA, mediante médicos veterinarios aprobados, conforme a la Ley y Norma correspondiente, además de ser evaluados periódicamente.

RENDIMIENTO EN CANAL.- Es la relación porcentual que existe del peso promedio en canal entre el peso promedio en pie. Se obtiene al dividir el peso promedio en canal entre el peso promedio en pie multiplicado por cien. Este cálculo lo realiza el Sistema.

REPRODUCTORA.- Ave de importante valor genético cuya función es producir la gallina de postura comercial o el pollo de engorda. Estas aves son hijas de las progenitoras y se les denomina aves madre.

SACRIFICIO.- Es la acción de suprimir la vida de una especie animal a efecto de aprovecharla como producción de carne.

SEMENTAL.- Se considera a los machos adultos con capacidad reproductiva destinado a montar, cargar, obtención de semen o fecundar.

SEMITECNIFICADO.- Ganado en explotaciones con grado medio de desarrollo y en donde se practican algunas actividades de manejo.

TECNIFICADO.- Introducir tecnología actualizada en el proceso productivo de la explotación ganadera o pecuaria, para incrementar la producción y mejorar la calidad.

TORETE.- Cría macho bovino que tiene entre uno y tres años de edad, cuya finalidad será la reproducción, pero sin haber iniciado su labor de fecundar.

TORO.- Bovino macho de más de tres años de edad, sin importar su actividad zootécnica (incluye bueyes).

TUBERCULOSIS BOVINA.- Enfermedad infectocontagiosa de curso crónico y progresivo, causada por *Micobacterium Bovis*, que afecta a los animales y al hombre, por lo que se considera zoonosis, se caracteriza por la formación de lesiones granulomatosas en diversos órganos, que merman la condición física y productiva, causando pérdidas económicas de consideración.

ZOOTECNIA.- Arte de la cría de los animales domésticos.



SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL
DISTRITO DE DESARROLLO RURAL 08 TAPACHULA

11:00:05 AM
26/11/20

VOLÚMEN DE PRODUCCIÓN EN PIE (TON)

**CIERRE DEFINITIVO
CHIAPAS**

	2007	2008	2009
TAPACHULA			
ACAPETAHUA			
ACACOYAGUA			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	288,40	285,60	303,69
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	62,99	63,66	69,23
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	6,06	6,06	6,00
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
ACAPETAGUA			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	2.240,00	2.184,00	2.268,74
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	144,90	141,89	222,33
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	39,90	39,87	47,44
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
ESCUINTLA			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	704,00	720,80	716,14
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	67,90	67,76	73,92
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	21,63	21,36	22,06
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
MATIASTEPEC			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	4.560,00	4.464,00	4.678,64
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	378,00	386,19	388,63
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	62,16	62,26	66,26
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
HUIXTLA			
HUEHUETAN			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	648,70	661,26	636,60
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	21,28	20,79	20,24



SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL
DISTRITO DE DESARROLLO RURAL 08 TAPACHULA

11:00:05 AM

26/11/20

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN EN PIE (TON)

**CIERRE DEFINITIVO
CHIAPAS**

	2007	2008	2009
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
HUIXTLA			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	486,30	503,65	499,72
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	25,95	28,63	27,79
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
TUZANTAN			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	201,25	203,00	201,48
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	14,70	14,28	14,15
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
VILLA COMALTITLAN			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	704,90	717,50	715,32
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	25,74	27,88	28,52
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00	-	
SUCHIATE			
SUCHIATE			
AVE CARNE GANADO DE DESECHO	57,31	59,51	59,80
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	482,00	475,00	484,59
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	130,48	125,84	125,17
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	18,44	18,20	18,79
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
TAPACHULA			
CACAHOATAN			
AVE CARNE GANADO DE DESECHO	3.546,00	3.474,72	3.523,50
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	39,58	39,92	40,75
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	1,55	1,55	1,52
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
FRONTERA HIDALGO			
AVE CARNE GANADO DE DESECHO	32,70	33,03	33,09
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	241,50	247,10	251,75
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	47,50	45,50	49,29
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	10,24	10,20	10,55



SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL
DISTRITO DE DESARROLLO RURAL 08 TAPACHULA

11:00:05 AM
26/11/2009

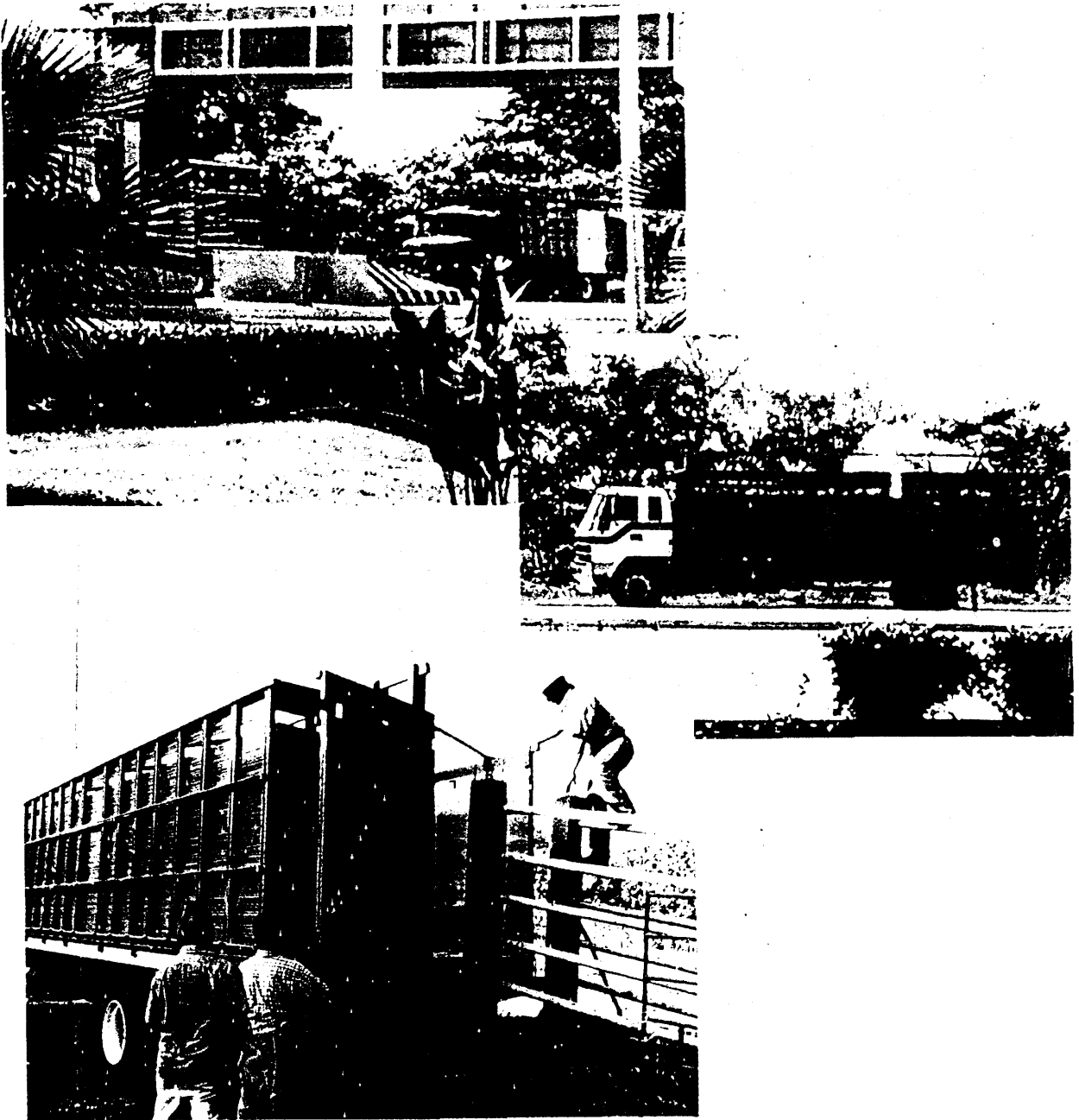
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN EN PIE (TON)

**CIERRE DEFINITIVO
CHIAPAS**

	2007	2008	2009
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
MAZATAN			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	1.018,00	1.015,80	1.049,07
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	84,90	85,70	88,08
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	82,72	83,74	84,37
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
METAPA DE DOMINGUEZ			
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	89,68	88,92	90,78
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	19,62	19,36	19,60
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	2,88	3,05	3,08
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
TAPACHULA			
AVE CARNE GANADO DE DESECHO	396,90	399,33	401,46
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	1.586,00	1.800,00	1.800,11
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	248,60	241,30	250,40
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	98,00	100,84	103,39
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
TUXTLA CHICO			
AVE CARNE GANADO DE DESECHO	901,80	902,34	898,92
BOVINO CARNE GANADO DE DESECHO	66,82	66,82	67,46
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	22,40	22,66	22,48
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	3,28	3,28	3,48
BOVINO LECHE DOBLE PROPÓSITO	0,00		
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		
UNION J. JAREZ			
PORCINO CARNE GANADO DE DESECHO	10,84	10,80	10,72
OVINO CARNE SIN DESGLOSE	0,88	0,88	0,94
ABEJA MIEL SIN DESGLOSE	0,00		

Anexo D:

Fotos de Exportación de Ganado Bovino Tomadas En Aduana de México a Guatemala



Fotos Tomada en el Corra de Movilización antes de la Aduana de México



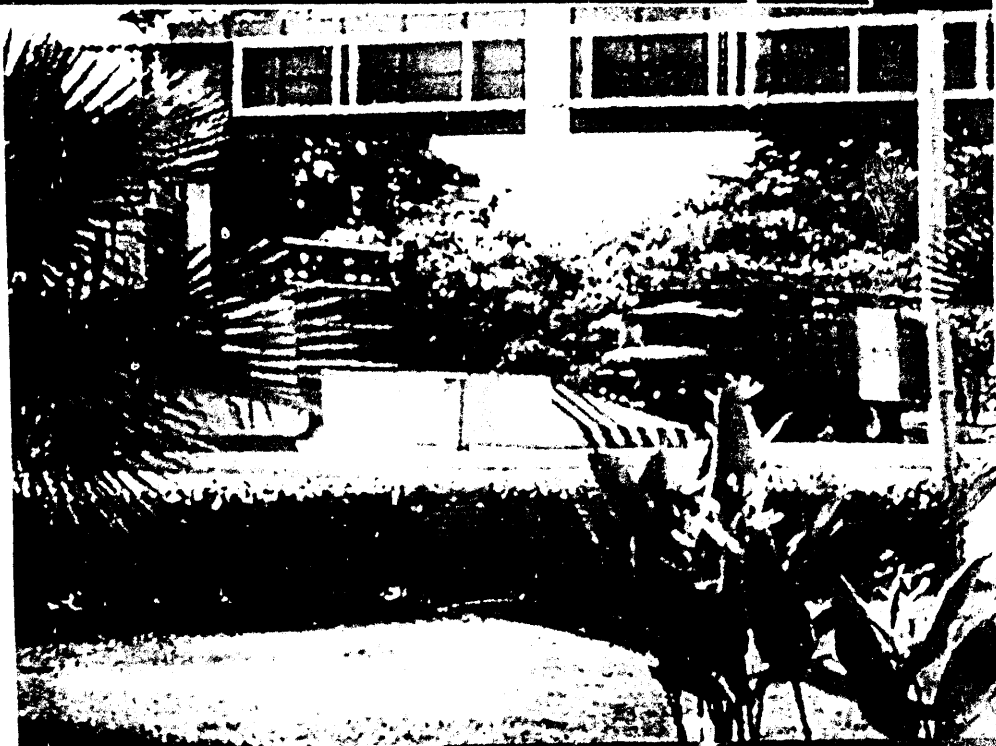
Fotos Tomadas en el Corral del Ganadero



Anexo E:

2010

MANUAL DE PROCEDIMIENTO Y TRAMITES ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN DE GANADO VACUNO (NOVILLOS) ENTRE EL SURESTE DEL ESTADO DE CHIAPAS Y EL SALVADOR, C.A



Presenta •

L.C.I. Agustín Portilla Reyes

01/01/2010

ÍNDICE

1.	Objetivo	1
2.	Alcance y campo de aplicación	1
3.	Tramites Zoosanitarios	1
4.	Requisitos Zoosanitarios	1
5.	Supervisión de pruebas intradérmicas en el ganado de exportación	3
6.	Control en la movilización de ganado para la exportación a los países de Guatemala y El Salvador	4
7.	Certificado Zoosanitario de Exportación	4
8.	Procedimiento para exportación de ganado bovino en pie	5
9.	Trámites para Obtener el Pedimento de Exportación	7

ANEXOS

- a) LEY DE SANIDAD ANIMAL
 - a. Capítulo I. Normas Fundamentales
 - b. Capítulo II. Prevención
 - c. Capítulo III. Lucha Contra Enfermedades, Plagas Y Flagelos
 - d. Capítulo IV. Infracciones Y Su Sanción
 - e. Capítulo V. Procedimiento
- b) RESULTADOS DE ANÁLISIS DE TUBERCULOSIS Y BRUCELOSIS
- c) CERTIFICADO DEL MÉDICO VETERINARIO POR LOS RESULTADOS NEGATIVOS DE TUBERCULOSIS, BRÚCELA Y GARRAPATICIDA
- d) CERTIFICADO DE EXPORTACIÓN POR PARTE DE SAGARPA
- e) ORDEN DE CARGA
- f) FACTURA COMERCIAL
- g) CERTIFICADO DE ORIGEN (TLC)
- h) PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN
- i) MAGA DE IMPORTACIÓN EXPEDIDA POR EL PAÍS IMPORTADOR

1. Objetivo

La finalidad de este documento es definir el procedimiento documental para la exportación de ganado en pie a Guatemala y El Salvador, incidiendo especialmente en la parte del control previo de sanidad animal de tuberculosis y brucella, efectuando posterior el certificado de exportación por parte de SAGARPA que será presentado a las autoridades aduaneras para efectuar en el resguardo fiscal.

2. Alcance y campo de aplicación

El presente procedimiento se aplicará, en la tramitación de muestreo de sangre con la finalidad de obtener el certificado de exportación por SAGARPA y los trámites administrativos del despacho aduanero, en secuencia se verá mostrado en los anexos los documentos que cumpliremos para la exportación, como los certificados de análisis de tuberculosis y brúcela, el certificado de exportación, con los presentes aretes que llevara cada animal, el certificado de origen (TLC), la lista de carga de los animales, el pedimento y la factura comercial.

3. Tramites Zoosanitarios

Para poder llevar la exportación de ganado a los países de Guatemala y del El Salvador es necesario cumplir con una serie de requisitos por las autoridades Zoosanitarias de ambos países, para realizar la exportación de ganado.

4. Requisitos Zoosanitarios

Se debe programar conjuntamente a través de un médico veterinario aprobado en Tuberculosis y Brucelosis Bovina, conforme lo establece la Ley Federal de Sanidad Animal en su título Tercero, Capítulo I en su Artículo 37 que señala: corresponde a la secretaria aprobar por materias específicas para las que se otorgue cada aprobación.

FRACCIÓN I.- Los médicos Veterinarios para brindar sus servicios como coadyuvante de la Secretaria en las funciones de asistencia técnica y capacitación Zoosanitarias a los productores;

Para tal efecto deberán sujetarse a las normas oficiales que la Secretaría expida sobre el particular.

Estas pruebas se encuentran fundamentadas en la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGARPA) por medio de la norma NOM-031-ZOO-1995 de la Tuberculosis, publicada en el Diario Oficial de la Federación, con fecha 27 de agosto de 1998 que señala:

Que es de observancia obligatoria en todo el territorio nacional y tiene por objeto, regular y establecer los procedimientos, actividades, estrategias, técnicas y características para el control y erradicación de la tuberculosis bovina. Su campo de aplicación serán todas las explotaciones pecuarias que manejen bovinos, inclusive para aquellas personas que posean únicamente un animal.

Y la NOM-041-ZOO-1995 de la Brucelosis, publicada en el Diario Oficial de la Federación, con fecha 20 de Enero de 1997 señalando: que es de observancia obligatoria en todo el territorio nacional y tiene por objeto establecer los procedimientos, actividades, estrategias, criterios y técnicas para el control y eventual erradicación de la Brucelosis en las especies susceptibles en todo el territorio nacional. Realizar la prueba de tuberculosis Bovina e identificación de los animales aprobados con arete azul, efectuar lectura a las 72 horas de la inoculación que da como resultado el dictamen negativo de Tuberculosis y Brucelosis Bovina, los animales aprobados con arete azul, efectuar lectura a las 72 horas de la inoculación. Obtener el dictamen negativo de Tuberculosis y Brucelosis Bovina.

Se debe de obtener el certificado Zoosanitario; este documento tiene el propósito de certificar la movilización de animales bovinos y el tipo de transporte en que van hacer trasladados, a si como los puntos de verificación en donde estará sujeta la inspección cuarentenaria. A este documento **se le anexa el certificado oficial de prueba contra la tuberculosis y de brucelosis**. Es el documento donde se plasma los datos personales del propietario del ganado, la ubicación del campo o corral, los resultados de las pruebas y la identificación de los animales con el número del arete azul. El cual debe de ir firmado, sellado y su clave de identificación del médico veterinario zootecnista que realizo las pruebas de la Tuberculosis y Brucelosis Bovina, también debe de ir el nombre y firma del Médico Veterinario Oficial de la SAGARPA y nombre y firma del propietario.

Cuando ya se obtiene el certificado con resultados negativos de tuberculosis y brucelosis bovina, se acude a la Secretaría de Fomento Ganadero, para que expida la autorización en donde se anota la cantidad de ganado y de cuantos meses de edad se van a exportar.

5. Supervisión de pruebas intradérmicas en el ganado de exportación

Procedimiento:

1. El exportador solicitará los servicios de un médico veterinario certificado, aprobado para la realización de las pruebas intradérmicas de tuberculosis obligatorias.
2. El médico veterinario deberá notificar al comité por lo menos con cinco días de anticipación la programación de actividades de la campaña; cuando se trate de comercialización inmediata, esta notificación deberá efectuarse por lo menos con dos días de anticipación a la fecha de realización de las pruebas.
3. El médico veterinario aprobado adquirirá el biológico (tuberculina) necesario y los aretes de identificación correspondientes en las oficinas de SAGARPA, la documentación oficial (dictamen de prueba de tuberculosis) será proporcionado por la coordinación de la misma dependencia.
4. El médico aprobado podrá ser supervisado en las pruebas que realice al ganado de exportación, por el supervisor oficial.
5. El médico aprobado realizará las pruebas intradérmicas de diagnóstico de tuberculosis, conforme a las disposiciones normativas.
6. Del resultado de las pruebas el médico aprobado formulará una hoja de campo, con los datos del ganado probado, así como el resultado de la prueba realizada, esta información se utilizará para llenar el dictamen de prueba oficial.
7. El médico aprobado informará a la dependencia de oficial SAGARPA el resultado de las pruebas en un máximo de 72 hrs. Posteriores a la lectura.

6. Control en la movilización de ganado para la exportación a los países de Guatemala y El Salvador.

Procedimiento:

- 1) Todo el ganado que pretenda importarse deberá cumplir con las disposiciones sanitarias emitidas por la SAGARPA.
- 2) El exportador solicitará el permiso y autorización correspondiente ante las autoridades estatales.
- 3) Los animales a movilizarse deberán cumplir con las disposiciones sanitarias dispuestas por la SAGARPA y acompañarse del certificado zoosanitario de exportación respectivo.
- 4) Los animales que se pretendan exportar serán inspeccionados en la estación de las autoridades de SAGARPA en la salida de la aduana, en donde el responsable de los animales presentará la documentación.
- 5) Los animales de exportación con fines de reproducción o de engorda para rastro deberán ser probados por tuberculosis y brucelosis en el lugar de origen.

7. Certificado Zoosanitario de Exportación

Este lo expide la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de la Dirección General de Inspecciones Fitosanitarias, con el fin de conocer las condiciones sanitarias de los animales requeridos para su exportación, donde se especifica el país de destino, descripción de la mercancía, unidad de medida y cantidad total; así como la Inspección Zoosanitaria por donde se va efectuar el cruce.

Se deberá efectuar una Declaración General de pago de Derechos a SAGARPA por medio del formato 5 de Servicio de Administración Tributaria, que es la expedición de Certificado

Zoosanitarios y Fitosanitarios en materia de Sanidad Agropecuaria, cuya clave es la 582 donde se cubrirá el importe de un peso por cabeza de ganado.

8. Procedimiento para exportación de ganado bovino en pie.

- 1) El exportador o productor acude al despacho aduanero y solicita autorización para exportar ganado bovino en pie. Entrega facturas, copia de credencial(es) de fierro, registro federal de contribuyentes, certificado de exportador al área de control de movilización, incluyendo pruebas de hato.
- 2) El área de control de movilización del modulo, supervisa documentalmente el lote a exportar, cotejado en base de datos y registra la solicitud; comisiona al inspector de ganado para supervisar físicamente en origen, el lote de ganado a exportar.
- 3) El inspector de ganado levanta reseña del lote a exportar, registrando las marcas de herrar, raza y demás características. Elabora acta de verificación física del lote a exportar y proporciona copia al solicitante.
- 4) El médico veterinario certificado notifica la realización de la prueba tuberculosis y brucella posteriormente solicita material para la misma (aretes, tuberculina, hojas de control de campo) a SENASICA.
- 5) SENASICA proporciona al médico veterinario el material para la realización de la prueba tuberculosis en origen.
- 6) El médico realiza prueba de tuberculosis para exportación en origen.
Identifica los animales a exportar con arete azul si estos salen del predio Directamente a frontera.
Identifica los animales a exportar con arete de campaña (color plata o naranja) si estos serán movilizados a corral de acopio, previo a su movilización a Frontera.
- 7) SENASICA supervisa la prueba de tuberculosis para exportación (inoculación y lectura). En el predio de origen, testificando personal técnico de SAGARPA y de

SENASICA. Se integra acta de supervisión de pruebas de tuberculosis para exportación, verifica la inspección de ganado para garrapata y ectoparásitos.

- 8) El médico veterinario aprobado elabora dictamen de prueba de tuberculosis y brucella en coordinación con el productor o exportador elaborando certificado de origen (formatos SAGARPA 1 y 2).
- 9) El médico veterinario aprobado, en el caso de que los bovinos sean acopiados después de la prueba tuberculosis y brucella supervisada para exportación, solicita autorización y aretes azules para identificar el lote a exportar. Elabora dictamen de tuberculosis para exportación y verifica que el lote de ganado a exportar esté libre de garrapatas y ectoparásitos.
- 10) El productor o exportador recibe dictamen de prueba para exportación y realizan pagos de impuestos, tramita guía de transito y constancia de movilización.
- 11) SAGARPA revisa la documentación del lote a exportar, integrándose de la siguiente manera:
 - a. Acta de verificación física del lote a exportar.
 - b. Dictámenes de tuberculosis y brucella (del hato y del lote).
 - c. Acta de supervisión de la prueba de tuberculosis y brucella para exportación.
 - d. Constancia de tratamiento garrapaticida.
 - e. Certificado de origen del ganado (formato SAGARPA 1 y 2).
 - f. Certificado zoosanitario para movilización interestatal.
 - g. Facturas.
 - h. Guía de transito.
 - i. Constancia de movilización.

El médico veterinario Certifica y autoriza mediante los dictámenes de prueba, la constancia de tratamiento garrapaticida y el certificado de origen (formato SAGARPA 1 y 2). Entrega paquete de documentación al personal autorizado de la SAGARPA.

- 12) El personal autorizado de la SAGARPA revisa paquete de documentación, elabora y autoriza certificado zoosanitario para exportación y lo entrega al productor o exportador.
- 13) El inspector de ganado del gobierno del estado verifica lote de ganado a exportar y certificado zoosanitario de exportación, verifica embarque y coloca fleje en el vehículo especializado (jaula).

9. Trámites para Obtener el Pedimento de Exportación

Como ultimo tramite y después de haber cumplido con los requisitos antes mencionados, se procede a efectuar la exportación, la cual se ampara por un pedimento y en el cual se cobra el Derecho al Trámite Aduanero la cantidad de 1,265 pesos en promedio por cada jaula de ganado para que cruce a la Frontera con Guatemala, dicha jaula tiene capacidad diversa, de 42 a 16 cabezas de ganado. Tal exportación se deberá tramitar mediante una agencia aduanal autorizada. Comprobando a la agencia aduanal haber cumplido con todos los requisitos Zoosanitarios y de haber elaborado factura por el importe de la exportación.

El productor o exportador deberá presentar los siguientes documentos en el despacho aduanero:

- a. Constancia o certificación por el médico veterinario autorizado donde especifique el lote o el hato de ganado esta libre de garrapatas, tuberculosis y de brucelosis o Dictámenes de tuberculosis y brucella (del hato y del lote),
- b. Certificación de Exportación expedida por SAGARPA,
- c. Certificado de origen del ganado,
- d. Facturas y
- e. Guía de transito.

ANEXOS

a) LEY DE SANIDAD ANIMAL

LEY DE SANIDAD ANIMAL

LA CÁMARA NACIONAL DE REPRESENTANTES
EL PLENARIO DE LAS COMISIONES LEGISLATIVAS

Considerando:

Que es de interés nacional la protección y conservación de la salud pecuaria, como requisito indispensable para precautelar la salud humana y desarrollar la ganadería nacional;

Que es función del Estado investigar, planificar y ejecutar un conjunto de acciones encaminadas a mantener el buen estado sanitario de la ganadería, procurando para ello condiciones propicias a su desenvolvimiento, así como, previniendo y controlando todo tipo de enfermedades, plagas y flagelos; y,

Que le corresponde la Función Legislativa dictar las leyes que el país requiera, de conformidad a lo previsto en el literal d) del Art. 59 de la Constitución,

Expide:

La siguiente LEY DE SANIDAD ANIMAL

Capítulo I

NORMAS FUNDAMENTALES

Art. 1.- Corresponde al Ministerio de Agricultura y Ganadería, realizar la investigación relativa a las diferentes enfermedades, plagas y flagelos de la población ganadera del país y diagnosticar el estado sanitario de la misma.

Estas tareas las emprenderá planificadamente con la participación de las unidades administrativas y técnicas, entidades dependientes y adscritas y en estrecha coordinación con las instituciones públicas o privadas, nacionales o internacionales, vinculadas al sector.

Art. 2.- El Ministerio adoptará las medidas encaminadas a conservar la salud de la ganadería nacional, prevenir el apareamiento de enfermedades, controlar las que se presentaren y erradicarlas.

En la ejecución de estas medidas también participará el sector privado, de conformidad con la presente Ley y sus reglamentos.

Art. 3.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, desarrollará permanentemente actividad de educación sanitaria, emprenderá en las campañas de divulgación que fueren necesarias y propenderá a la capacitación y adiestramiento de su personal y de los núcleos de productores, de manera especial de los sectores campesinos organizados.

Art. 4.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería ejercerá el control sanitario de las explotaciones ganaderas, establecimientos de preparación de alimentos para el consumo animal, fábricas de productos químicos y biológicos de uso veterinario y de su almacenamiento, transporte y comercialización.

Para la efectividad de dicho control, requerirá el concurso de las Autoridades y Agentes de Policía.

Art. 5.- El Ministerio de Salud Pública, en coordinación con el de Agricultura y Ganadería, controlará la calidad de los productos de origen animal destinados al consumo humano sean naturales, semielaborados o elaborados, de acuerdo con los requisitos planteados en los códigos, guías de práctica y normas técnicas ecuatorianas elaboradas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización y, prohibirá o retirará del comercio los que sean perjudiciales a la salud humana.

Art. 6.- Para los efectos de la presente Ley, se entiende por ganadería toda explotación de especies domésticas con fines productivos económico-sociales, salvo que el término ganadería se utilice expresamente para otras denominaciones específicas.

Capítulo II PREVENCIÓN

Art. 7.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, mediante Acuerdo, determinará el cuadro de vacunaciones que deban efectuarse en la ganadería nacional y que serán obligatoriamente realizadas por los ganaderos, bajo el control y cooperación de dicho Ministerio.

Además, los propietarios cumplirán con todas las medidas higiénicas y profilácticas, que hayan sido dispuestas por vía reglamentaria o administrativa.

En el Acuerdo a que se refiere el inciso primero de este artículo, el Ministerio determinará si las vacunaciones deben ser masivas, regionales o perifocales, según el respectivo estudio epidemiológico.

Art. 8.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, a efecto de investigar y diagnosticar las enfermedades que afecten a la ganadería, utilizará sus propios laboratorios y los de otras entidades afines, públicas o privadas, con la cuales coordinará estas actividades.

Art. 9.- Toda persona natural o jurídica que tuviere conocimiento de la existencia de enfermedades animales infecto-contagiosas, tendrá la obligación de comunicar al Ministerio de Agricultura y Ganadería.

De no tener este Ministerio oficina en la respectiva localidad, la información la proporcionará ante cualquier autoridad seccional, la misma que, bajo su responsabilidad, la transmitirá de inmediato a los funcionarios correspondientes.

Art. 10.- Los funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería harán llegar el contenido de la información, a las dependencias de Sanidad Animal a efecto de que realicen la investigación correspondiente, ordenen el aislamiento, cuarentena, sacrificio o destrucción en su caso, de los animales o aves enfermos y, si fuere necesario, de los presuntamente contaminados, así como la adopción de las medidas sanitarias pertinentes.

Art. 11.- Los mataderos o camales y demás establecimientos de sacrificio de animales o aves, remitirán periódicamente al Ministerio de Agricultura y Ganadería, los resultados de los exámenes anteriores y posteriores al sacrificio; y, de existir indicios de enfermedades transmisibles, comunicará de inmediato en la forma establecida en el Art. 9.

Art. 12.- Para el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo anterior y la adopción de medidas obligatorias encaminadas a precautar la salud humana, los Concejos Municipales contarán con los servicios de un Médico Veterinario, quien autorizará, dentro del Cantón, el sacrificio de los animales que no garanticen productos aptos para el consumo humano.

Se negará la autorización y queda terminantemente prohibida la matanza de animales efectiva o presuntamente enfermos, los que se hallen en estado físico precario y las hembras jóvenes o las madres útiles gestantes.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería, clausurará los establecimientos en los que no se cumplan las disposiciones previstas en este artículo.

Art. 13.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, controlará y reglamentará la movilización y transporte del ganado que salga de las explotaciones con destino a ferias, plazas, exposiciones, camales o lugares de venta como medio de evitar la propagación de enfermedades infecto-contagiosas.

Art. 14.- Los propietarios y tenedores de animales y aves, así como los propietarios o administradores de fábricas, plantas procesadoras y establecimientos a que se refiere la presente Ley, permitirán obligatoriamente, con fines de control, el libre acceso de los funcionarios y empleados de Sanidad Animal, debidamente identificados.

Art. 15.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería establecerá la ficha sanitaria a nivel de explotación y extenderá a su propietario un certificado que servirá de antecedente para cualquier tipo de transacción, transporte o asistencia a ferias y exposiciones, del ganado proveniente de la misma.

Art. 16.- El Banco Nacional de Fomento y otras entidades crediticias del sector público, controlarán que los créditos destinados a la adquisición de ganado, sean utilizados en la compra de animales libres de enfermedades infecto-contagiosas, que hayan recibido las vacunaciones y cumplan con todas las medidas preventivas contempladas en la Ley y los reglamentos.

Art. 17.- Para la importación de animales y aves, se deberá cumplir, además de los requisitos que, con fines de mejoramiento genético, determine la Dirección General de Desarrollo Ganadero, las disposiciones que el Ministerio de Agricultura y Ganadería establezca en conformidad con la presente Ley, sus reglamentos, el Catálogo Básico de Plagas y Enfermedades Exóticas a la Subregión Andina y los demás que existan o se acuerden sobre la materia.

Nota:

-Dentro de la estructura orgánico-funcional del Ministerio de Agricultura y Ganadería, la Dirección General de Desarrollo Ganadero corresponde actualmente a la Dirección Nacional Agropecuaria.

Art. 18.- El reglamento de la presente Ley, contemplará los requisitos a que se refiere el artículo anterior y los que deban cumplir los importadores de productos y subproductos de origen animal.

Art. 19.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, cuidará que los animales importados de

países que registren enfermedades exóticas al Ecuador, sean sometidos obligatoriamente a las cuarentenas que contemplen los reglamentos.

Igual obligatoriedad se establece para los animales propios del país que presenten síntomas que hagan sospechar la presencia de enfermedades infecto-contagiosas, si las autoridades de Sanidad Animal consideraren indispensable tal medida.

Capítulo III

LUCHA CONTRA ENFERMEDADES, PLAGAS Y FLAGELOS

Art. 20.- Declárase de interés nacional y de carácter obligatorio la lucha contra las enfermedades infecto-contagiosas, endo y ectoparasitarias de ganado y de las aves.

Las campañas que se emprendan al efecto propenderán, como meta final, a la erradicación de las enfermedades materia de las mismas.

Art. 21.- La planificación, dirección, asistencia técnica y ejecución de las campañas sanitarias serán de cargo y responsabilidad del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Los propietarios costearán las vacunas, medicinas, instalaciones y, en general, cuanto deba gastarse en la prevención y tratamiento de su respectivo ganado.

El Estado financiará los antedichos costos, total o parcialmente, en los casos declarados de emergencia y en los demás contemplados en los reglamentos.

Art. 22.- Las campañas incluirán la vacunación obligatoria de todos los animales susceptibles a la respectiva enfermedad, y se las realizará para implantar su sistemática y periódica aplicación.

Art. 23.- Se aislará a los animales enfermos y, si fuere necesario, a los sospechosos; y, previa la respectiva investigación, se adoptarán las medidas que permitan controlar los focos de infección.

Art. 24.- Si los propietarios incumplieren con la obligación de vacunar su ganado, lo harán las autoridades de Sanidad Animal, a costa de aquéllos; y, una vez realizada, les concederán el plazo de 30 días para el pago del respectivo importe, más el 10% de recargo.

De no ser satisfecho, remitirán la planilla al Jefe Provincial de Recaudaciones, para que proceda al cobro mediante el ejercicio de la jurisdicción coactiva.

A la norma contenida en el inciso anterior, estarán sujetos también los propietarios de ganado y otras especies que hubieren recibido de las autoridades de Sanidad Animal, el beneficio de vacunación o aplicación de otros productos de uso veterinario, siempre que no hubieren satisfecho oportunamente el valor del respectivo importe.

Art. 25.- Cuando el país o un determinado sector del mismo, se vea amenazado por enfermedades o pestes que afecten al ganado, el Ministerio de Agricultura y Ganadería podrá declarar, mediante Acuerdo, Estado de Emergencia Sanitaria, adoptando las medidas necesarias para impedir la introducción o propagación de las enfermedades o pestes.

Capítulo IV

INFRACCIONES Y SU SANCIÓN

Art. 26.- Los Médicos Veterinarios en función pública, que dejaren de cumplir las obligaciones que les impone la presente Ley, serán sancionados con la suspensión del cargo que desempeñaren, por el lapso de 30 días; y, en caso de reincidencia, con la destitución del mismo.

Los Médicos Veterinarios en libre ejercicio de la profesión, que incurrieren en igual infracción, serán sancionados con multa de cinco mil a cincuenta mil sucres. En caso de reincidencia, se aplicará el máximo de dicha multa.

Art. 27.- Las personas naturales, los representantes o administradores de las personas jurídicas o establecimientos que incumplieren lo dispuesto en esta Ley o sus Reglamentos, tanto en el manejo de los productos biológicos y sus derivados, como en la debida preparación de los mismos, o de los principios para la elaboración de productos alimenticios de origen animal planteados en los códigos, guías de prácticas y normas técnicas ecuatorianas, elaboradas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) o cualquier otra regulación, serán sancionados con multa de diez mil a cien mil sucres y la clausura temporal o definitiva del establecimiento, en su caso.

Art. 28.- Los propietarios o tenedores de animales o aves, así como los administradores de los establecimientos a que se refiere la presente Ley que obstaculizaren los controles contemplados en ella y sus reglamentos, serán sancionados con multa de quinientos a cinco mil sucres, según la gravedad de la falta.

En caso de reincidencia, se les impondrá el doble de la multa anteriormente prevista y la clausura del respectivo establecimiento.

Art. 29.- Los propietarios de animales afectados por enfermedades zoonóticas o contagiosas, determinadas previamente por el diagnóstico médico veterinario correspondiente, que se opusieren al sacrificio ordenado por las Autoridades de Sanidad Animal y aquellos que se negaren a cumplir las cuarentenas, vacunaciones y otras medidas sanitarias que el Ministerio dispusiere, serán penados con multa de quinientos a diez mil sucres, según el valor, clase de animales y gravedad de la falta, sin perjuicio de que, mediante el auxilio de la fuerza pública, se ordene el cumplimiento de las medidas sanitarias dispuestas por la autoridad competente.

Art. 30.- Los que sacrificaren ganado con violación de los preceptos contemplados en la presente Ley y su reglamento, serán sancionados con el decomiso del producto, y multa de un mil a diez mil sucres, según la gravedad de la infracción.

Art. 31.- En el trámite de importación o exportación, prohibese la importación o exportación de ganado y productos o subproductos de origen animal, sin la previa autorización y certificación del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Quienes incumplieren con esta disposición serán sancionados con multa de un mil a cien mil sucres y el decomiso respectivo.

Art. 32.- Los fabricantes, distribuidores o expendedores de productos biológicos, químicos, farmacéuticos y demás artículos de uso veterinario que no cumplieren con las disposiciones sanitarias legales, reglamentarias o administrativas, serán sancionados con multa de diez a cien mil sucres según la gravedad de la falta, sin perjuicio del decomiso

correspondiente.

La reincidencia será sancionada con la clausura temporal o definitiva del establecimiento.

Art. 33.- Cualquier ciudadano podrá denunciar ante las autoridades de Sanidad Animal, las infracciones a la presente Ley y reglamentos.

Capítulo V

PROCEDIMIENTO

Art. 34.- El juzgamiento de las infracciones tipificadas en esta Ley, corresponde a los Directores Zonales o Jefes Provinciales Agropecuarios, según el caso, o a quienes los subroguen.

Art. 35.- El Director del Programa de Sanidad Animal, conocerá y resolverá en segunda y última instancia las apelaciones que se interpusieren.

Art. 36.- Para el juzgamiento de las infracciones determinadas en la presente Ley, se observará el siguiente procedimiento: conocida, por denuncia, o de cualquier otro modo, la existencia de un hecho que presumiblemente constituya infracción, se mandará citar al inculpado personalmente o por tres boletas en distinto día para que comparezca en el día y hora señalados para el juzgamiento. Si en dicha diligencia apareciere que existen hechos que deban justificarse, se concederá el término de prueba de seis días, concluido el cual y sin otro trámite, se expedirá la resolución en el plazo máximo de tres días.

Si el inculpado no compareciere en la fecha y hora señalada, se procederá en rebeldía.

Art. 37.- Si además de la multa se dispusiere el decomiso, sacrificio o destrucción de animales o aves, productos o subproductos de origen animal, fármacos, químico-biológicos y otros de uso veterinario, se cumplirán estas medidas dejando constancia en acta de los siguientes hechos:

- a) Lugar, fecha y hora en que se las realizó, con indicación de los funcionarios y testigos que las ejecutaron o presenciaron cuyas firmas constarán al pie de dicha acta; y,
- b) Descripción del número, calidad y especificación de los animales o productos objeto de estas medidas.

Para tal ejecución, de ser necesario, se pedirá el auxilio de la fuerza pública.

Art. 38.- El término para apelar, para ante el Director del Programa de Sanidad Animal, es de tres días, contados desde la fecha de notificación de la resolución.

El recurso no suspende la ejecución del sacrificio, decomiso y otras medidas que tengan por objeto evitar el contagio y propagación de las enfermedades.

En este caso, de establecerse, que las medidas adoptadas fueron inmotivadas, el propietario tendrá derecho a la devolución, de ser posible, o a la correspondiente indemnización de parte del Estado. La misma que será resuelta por el Director del Programa de Sanidad Animal.

En defecto de la apelación, la resolución del inferior causará ejecutoria.

Art. 39.- La resolución de segunda instancia se dictará por el mérito de lo actuado, dentro

de quince días de recibido el expediente administrativo; sin embargo, para el debido esclarecimiento de los hechos, podrá disponerse de oficio las pruebas que se estimaren necesarias.

Art. 40.- Los expedientes administrativos se tramitarán en papel simple y no causarán impuestos ni gastos de ninguna clase.

Art. 41.- Las multas que se impusieren de conformidad con la presente Ley, ingresarán a la "Cuenta Defensa Pecuaria" del Programa Nacional de Sanidad Animal. Para su recaudación se concederá un plazo máximo de treinta días, vencido el cual y de no ser satisfechas, se remitirá copia de la resolución ejecutoriada al respectivo Jefe Provincial de Recaudaciones, a efecto de que las cobre mediante el ejercicio de la jurisdicción coactiva.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 42.- El Ministerio, obligatoriamente desarrollará las actividades que sean necesarias para desplegar una gran campaña de divulgación, acerca de las consecuencias perjudiciales que se derivan de las respectivas enfermedades del ganado y la ejecución de medidas para prevenirlas.

Art. 43.- La elaboración de vacunas y demás productos de uso veterinario debe ser autorizada y controlada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Cuando exista falta de disponibilidad de tales vacunas y productos, será dicho Ministerio el encargado de importarlos o de autorizar su importación, con el fin de mantener en el país la existencia de estos productos, en cantidades que permitan prestar atención normal a las respectivas necesidades y evitar un nuevo desabastecimiento.

En caso de vacuna antiaftosa o para otras enfermedades infecto-contagiosas el Ministerio podrá retirar las mismas en forma inmediata, previa autorización aduanera, comprometiéndose a cumplir posteriormente con los trámites que para estos casos señala la Ley.

Art. 44.- Todo lo relacionado con importación y exportación, registro, conservación, calidad y expendio de productos químico-biológicos y demás de uso veterinario, será objeto de reglamentación especial.

Art. 45.- Todos los habitantes del país, las autoridades y quienes se hallen vinculados a las actividades ganaderas médico-veterinarios, tienen la obligación de colaborar en la aplicación de las medidas que se adopten para la prevención, control y erradicación de las enfermedades de los animales y aves.

Las autoridades administrativas y la fuerza pública, están especialmente obligadas a prestar su concurso cuando les fuere solicitado, a efecto de lograr la eficaz aplicación y cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias en defensa de la salud animal.

Art. 46.- Derógase la Ley de Sanidad Animal expedida el 19 de Junio de 1959, promulgada en el Registro Oficial No. 852 de 25 de los mismos mes y año y todas las disposiciones contenidas en Leyes, Decretos, Reglamentos, Acuerdos y Resoluciones Generales o Especiales que se opongan a la presente Ley, la misma que entrará en vigencia a partir de su promulgación en el Registro Oficial.

Dado, en la ciudad de Quito, a los doce días del mes de marzo de mil novecientos ochenta y uno, en la Sala de Sesiones del Plenario de las Comisiones Legislativas.

FUENTES DE LA PRESENTE EDICIÓN DE LA LEY DE SANIDAD ANIMAL

- 1.- Ley 56 (Registro Oficial 409, 31-III-81).

**b) RESULTADOS DE ANÁLISIS DE
TUBERCULOSIS Y BRUCELOSIS**

ING. COOS

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD, INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA
DIRECCION GENERAL DE SALUD ANIMAL
DIRECCION DE CAMPAÑAS ZOOSANITARIAS
B00. 02.02/ 19. 104

SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
PELCA Y ALIMENTACIÓN



MEXICO, D.F. A 29 DE

JUNIO

DE 2009

C. RAUL COSS BU
PRESENTE.

ME PERMITO INFORMARLE QUE EL HATO DE SU PROPIEDAD UBICADO, RELACIONADO E IDENTIFICADO EN LOS DICTAMENES QUE SE ANOTAN, CUMPLIO CON LAS PRUEBAS OFICIALES DE DIAGNÓSTICO DISPUESTAS EN LA NOM-031-ZOO-1996 CAMPAÑA NACIONAL CONTRA LA TUBERCULOSIS, MOTIVO POR EL CUAL SE DECLARA:

"HATO LIBRE DE TUBERCULOSIS"
REVALIDACIÓN

UNIDAD DE PRODUCCION: EL ANHELO

UBICACION: CARR. NACIONAL # 85 KM. 148

MUNICIPIO: LINARES

ESTADO:

NUEVO LEON

NUMERO DE BOVINOS: 279 (DOSCIENTOS SETENTA Y NUEVE)

RAZAS: SIMMENTAL SIMBRA

FUNCION ZOOTECNICA: CARNE

CONSTANCIA NUMERO: T-19-0404-0610-104

VIGENCIA: 24 DE JUNIO DE 2010

RELACION DE FOLIOS DE LOS DICTAMENES DE PRUEBA DE TUBERCULOSIS:

TB 098652 AL 098657

ESTA CONSTANCIA SERA CANCELADA EN CASO DE INGRESAR AL HATO ANIMALES NO PROBADOS, INFECCIOSOS, DE HATOS NO LIBRES O CUANDO ANIMALES PROCEDENTES DE ESTE HATO RESULTEN POSITIVOS EN RASTRO CONFIRMADOS POR LABORATORIO

ATENTAMENTE

ENCARGADO DE LA DIRECCION DE CAMPAÑAS ZOOSANITARIAS

MVZ. M. e f c. JOSE ALFREDO GUTIERREZ REYES

C. p. C. DIRECTOR GENERAL DE SALUD ANIMAL. Presente.

C. ENCARGADO DE LA SAGARPA EN EL ESTADO. Presente.

C. SUBDIRECTOR DE SANIDAD EN ESPECIES MAYORES. Presente.

C. COORDINADOR ESTATAL DE CAMPAÑAS ZOOSANITARIAS. Presente.

JAGUAYU-VMG

RECIBIDO COORDINACION ESTATAL 29 DE JUNIO DE 2009
RECIBIDO DCE 29 DE JUNIO DE 2009
PROCESO DCE 29 DE JUNIO DE 2009

LA VIGENCIA DE LA PRESENTE CONSTANCIA SE OTORGA A PARTIR DE LA ÚLTIMA PRUEBA NEGATIVA

"El mal uso que se da a este documento, puede constituir una infracción a las leyes y normatividad aplicable, así como un delito en los términos de las mismas y ser sujeto a sus disposiciones penales."

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD, INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA
 DIRECCION GENERAL DE SALUD ANIMAL
 DIRECCION DE CAMPAÑAS ZOOSANITARIAS
 B00.02.02/ 19. 103

SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
 GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
 PESCA Y ALIMENTACIÓN



MEXICO, D.F. A 29 DE

JUNIO

DE 2009

C. RAUL COSS BU
 PRESENTE

ME PERMITO INFORMARLE QUE EL HATO DE SU PROPIEDAD UBICADO, RELACIONADO E IDENTIFICADO EN LOS DICTAMENES QUE SE ANOTAN, CUMPLIO CON LAS PRUEBAS OFICIALES DE DIAGNOSTICO DISPUESTAS EN LA NOM-041-ZOO-1995 CAMPAÑA NACIONAL CONTRA LA BRUCELOSIS, MOTIVO POR EL CUAL SE DECLARA:

"HATO LIBRE DE BRUCELOSIS"

REVALIDACION

UNIDAD DE PRODUCCION: EL ANHELO

UBICACION: CARR. NACIONAL # 85 KM. 14R

MUNICIPIO:

LINARES

ESTADO:

NUEVO LEON

NUMERO DE BOVINOS: 279 (DCCIENTOS SETENTA Y NUEVE)

RAZAS: SUMATRA, SIMBARI

FUNCION ZOOTECNICA: CARNE

CONSTANCIA NUMERO: B-19-0404-0610-103

VIGENCIA: 23 DE JUNIO DE 2010

RELACION DE FOLIOS DE LOS DICTAMENES DE PRUEBA DE BRUCELOSIS:

BR 17214333P.1

ESTA CONSTANCIA SERA CANCELADA EN CASO DE INGRESAR AL HATO ANIMALES NO PROBADOS, DE HATOS NO LIBRES O CUANDO ANIMALES PROCEDENTES DE ESTE HATO RESULTEN POSITIVOS EN RASTRO CONFIRMADOS POR LABORATORIO.

ATENTAMENTE

ENCARGADO DE LA DIRECCION DE CAMPAÑAS ZOOSANITARIAS

MVZ. M. en C. JOSE ALFREDO GUTIERREZ REYES

C. R. COSS BU, DIRECTOR GENERAL DE SALUD ANIMAL, Presencia
 C. DELEGADO DE LA SAGARPA EN EL ESTADO, Presencia
 C. SUBDIRECTOR DE SANIDAD EN ESPECIES MAYORES, Presencia
 C. COORDINADOR ESTATAL DE CAMPAÑAS ZOOSANITARIAS, Presencia

RECIBIDO COORDINACION DE SANIDAD ANIMAL Y ZOOVETERINARIA

**c) CERTIFICADO DEL MÉDICO
VETERINARIO POR LOS RESULTADOS
NEGATIVOS DE TUBERCULOSIS, BRÚCELA
Y GARRAPATICIDA**

RUIZ PALMA ALTA PRODUCCION ANIMAL.

MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS

CERTIFICADO MEDICO VETERINARIO

Por medio del certificado haber evaluado a 65 animales de la especie bovina y de la raza simmental, simbrah.

Propiedad de ganadería imperial, s.a. con dirección en la 3 avenida 2-15 de la zona 9 de Guatemala Centroamérica. Amparados con factura No .0130

Desparasitados contra parásitos internos y externos con ivermectina al 1 % con dosis de 50 mg /kg de peso y vacunados contra pastereiosis neumónica, clostridiasis.

Y bañado contra garrapatas y moscas con neguvon.

Asi como pruebas contra brucella No 79999, 71336 y tuberculosis No 103978, 2207774 con resultados negativos.

No presentando signo aparente de ninguna enfermedad infectocontagiosa demostrable por lo que a los usos del interesado corresponda certificado libre de cualquier enfermedad.

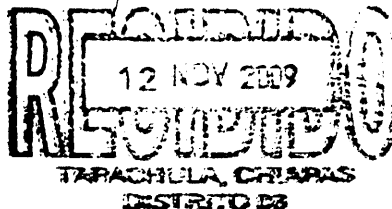
En la ciudad de Tapachula, Chiapas, México. A los 6 de noviembre de 2009.

MVZ. MIGUEL ANGEL RUIZ PALMA

CEDULA PROFESIONAL 1699427

SAGARPA-07709026/9

SECRETARIA DE AGRICULTURA
GANADERIA, DESARROLLO RURAL
PESCA Y ALIMENTACION



3a. Av. NORTE # 40

TAPACHULA CHIAPAS MEXICO

TEL 019626266118 OFICINA

9626241555 CELULAR

**d) CERTIFICADO DE EXPORTACIÓN POR
PARTE DE SAGARPA**



SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL
PESCA Y ALIMENTACIÓN

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación
Ministry of Agriculture, Livestock, Rural Development, Fisheries and Food
Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria
National Service for Health, Safety and Food Quality
Dirección General de Salud Animal
General Direction of Animal Health
CERTIFICADO ZOOSANITARIO PARA LA EXPORTACION DE ANIMALES
EXPORT ZOOSANITARY CERTIFICATE OF ANIMALS



14714782816147372

Que se expide con fundamento en los artículos 1º, 2º, 3º 6º Fracción III y 50 de la Ley Federal de Sanidad Animal
(This document is issued based on the Articles 1st, 2nd, 3rd, 6th Fraction III and 50th of the Animal Health Federal Act)

7.- DATOS DE QUIEN EXPIDE (Data of Issuing officer):

Nombre del Médico Veterinario Oficial
(Name of Official Veterinary):
ATENODORO ALEMÁN CASTREJÓN

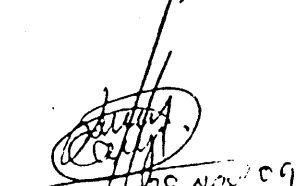

FIRMA
(Sign)

SELLO OFICIAL
(Official seal):

**8.- DATOS DE QUIEN INSPECCIONA EN LA ADUANA DE SALIDA
AL MOMENTO DE LA EXPORTACION (Data of Inspector
who made the inspection at exporting time at):**

Nombre del Inspector Oficial
(Name of Official Inspector):
.....

NIVZ. Juan Campuzano G.


FECHA Y FIRMA
(Date and sign)
28 Nov 09

SELLO OFICIAL
(Official seal)

Lugar de expedición
(Place of issuance):

Tlaxtla Gutiérrez, Chiapas

Oficina de Inspección
(Inspection office):

OISA de Cd. Hidalgo, Chiapas

Total de Animales Exportados
(Total of exported animals):

2050

9.- DATOS SOBRE LA TRANSPORTACION INTERNACIONAL (Data about International transportation):

Medio de Transporte (Way of transport): TERRESTRE

Línea (Line):

Tipo (Type): CARGA

Placas o Matricula (License late):

C 070 BDW, 046 BDW, C 153 BJS, C 973 BCX
YC 581 BCX

e) ORDEN DE CARGA



México - Centro América - Puertos

Guatemala, NOVIEMBRE 27 de 2009

Señores:

SERVICIOS ADUANALES INTERAMERICANOS

CIUDAD HIDALGO

CHIAPAS MEXICO

ATENCION : ALAN FIGUEROA

ORDEN DE CARGA

PILOTO: HECTOR MALDONADO

PLACAS CABEZAL: C-581BCF

ISUZU BLANCO

PILOTO: JOSE MALDONADO

PLACAS CABEZAL: C-973BCX

ISUZU BLANCO

PILOTO: UDEN AVILA SOTO

PLACAS CABEZAL: C-046BDW

ISUZU BLANCO

PILOTO: FULVIO AVILA SOTO

PLACAS CABEZAL: C-070BDW

MERCEDES VERDE

PILOTO: GEREMIAS CASTAÑON

PLACAS CABEZAL: C-153BJF

ISUZU BLANCO

FACTURA A CARGAR: 0133

PROVEEDOR: MELCRUMAN S.P.R. DE R.L.

DESTINATARIO: GANADERIA IMPERIAL, S.A.

PRODUCTO A CARGAR: 65 ANIMALES VIVOS

PESO NETO: 19,500 KILOGRAMOS

FECHA DE CARGA: 27 DE NOVIEMBRE 2009

**LUGAR DE CARGA: BODEGAS SERVICIOS ADUANALES
CIUDAD HIDALGO CHIAPAS.**

LUGAR DE DESCARGA: SUCHITEPEQUEZ GUATEMALA .

SERGIO ROLANDO GALVEZ DEL CID

CEL. (502) 5508-4736

LOGITRANS

f) FACTURA COMERCIAL

NOMBRE GANADERIA IMPERIAL, S.A.

FECHA 05 NOVIEMBRE 2009

DOMICILIO 3a. AVENIDA 2-45 DE LA ZONA 9

C.P.

CIUDAD GUATEMALA, CENTROAMERICA

R.F.C. 5496901-8

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IMPORTE
51	BOVINOS SIMMENTAL	500. DLS	25,500. DLS
14	BOVINOS SIMBRAH	400. DLS	5,600. DLS

IMPORTE TOTAL CON LETRA

(TREINTA Y UN MIL CIENTO DLS.)

SUBTOTAL \$

I.V.A. \$

TOTAL \$

31,100. DLS.

IMPRESO POR: KURT EDGAR SCHLAMME LINAZASORO S.A. K 640525 R24 AUT. SHOP INTERNET 02/JUNIO/2005 APROBACIÓN DEL SAT NÚMERO 13065152 FOLIOS DEL 101 AL 200 IMPRESO 06/DICIEMBRE/2007
VIGENCIA 06/DICIEMBRE/2009 EFECTOS FISCALES AL PAGO PAGO EN UNA SOLA EXHIBICIÓN
LA REPRODUCCIÓN NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TÉRMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES

g) CERTIFICADO DE ORIGEN (TLC)

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LAS REPUBLICAS DE EL SALVADOR, GUATEMALA Y HONDURAS

CERTIFICADO DE ORIGEN

(Instrucciones anexas)

Llenar a maquina o con letra de imprenta o molde

Nombre y domicilio del exportador: MELCRUMAN S. P. R. DE R.L. 3 NORTE NO 40. TAPACHULA, CHIAPAS, MEXICO C. P. 30700, TAPACHULA, CHIAPAS, MEXICO TEL. (962) 62-66118 FAX. (962) 62-69724		2. Periodo que cubre: D M A Desde: _/_/_/ D M A Hasta: _/_/_/		
Numero de Registro Fiscal: MSR 981124UW7		Nombre y domicilio del productor: GANADERIA IMPERIAL S.A. 3 AVENIDA 2-45 DE LA ZONA 9 DE GUATEMALA CENTROAMERICA TEL: 00(502)2329-5639 FAX: 00(502)2329-5666 Numero de Registro Fiscal: 5436901-8		
5. Descripción del (los) bien(es): 28 HEMBRAS BOVINOS DE LA RAZA SIMMENTAL No. P001, R004, R005, T157, T009, T029, T039, T093, T094, T108, T111, T112, T116, T118, T120, T121, T122, T126, T130, T144, T145, T162, T166, T171, GUNS11U, 14U-RE, GGT49T, GUN12U 37 MACHOS BOVINOS DE LA RAZA SIMMENTAL No. U037, U075, U083, U087, U100, U106, U108, U110, U116, U145, U172, U176, U191, U193, U198, U209, GGT46U, GGT46LE, T073, W006, U101, U071, U063, U056, T056, T002, T052, U001, U003, U010, U014, U016, U035, U037, U040, U051, U055 FACTURA No. 0133 DE FECHA 27 DE NOVIEMBRE 2009	6. Clasificación arancelaria 0102.10.01	7. Criterio para trato preferencial A	8. Productor SI	9. Pais de Origen MEX
Observaciones: 10. Declaro bajo protesta de decir verdad o fe de juramento que: - Los bienes son originarios del territorio de una o más de las Partes, salvo lo establecido en los párrafos 10(a), 11(a) o 12(a) del Anexo 3-04(5) del Tratado, cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 6-17 del Tratado. - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que sere responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como 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. Este certificado consta de ___1___ hojas, incluyendo todos sus anexos				
Firma del exportador: 		Empresa: MELCRUMAN S. P. R. DE R.L.		
Nombre: AGUSTIN PORVILLA REYES		Cargo: JEFE DE EXPORTACIONES		
Fecha: D M A _27_/_11_/_2009_/_		TEL. (962) 62-66118 FAX. (962) 62-69724		

h) PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN

NUM. PEDIMENTO: 09 37 3493 9008078		T. OPER EXP		CVE. PEDIMENTO: A1		REGIMEN: EXD	
DESTINO/ORIGEN: 9		TIPO CAMBIO: 12.94750		PESO BRUTO: 19500.000		ADUANA E/S: 370	
MEDIOS DE TRANSPORTE ENTRADA/SALIDA: 7 ARRIBO: 7 SALIDA: 7				VALOR DOLARES: 31,100.00 VALOR ADUANA: 0 PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL: 402667			
DATOS DEL IMPORTADOR / EXPORTADOR							
RFC: MSR981124UW7		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: MELCRUMAN, S.P.R. DE R.L.					
CURP:		DOMICILIO: 3A. AVENIDA NORTE, COL. CENTRO No. Ext. 40 TAPACHULA C.P. 30700 CHIAPAS MEXICO (ESTADOS UNIDOS MEXICANOS)					
VAL. SEGUROS 0		SEGUROS 0		FLETES 0		EMBALAJES 0	
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION: AGY29RX3		CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO: 370 CIUDAD HIDALGO, CHIAPAS.					
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS: S/M S/N 65							
PRESENTACION PAGO		FECHAS 28/11/2009		TASAS A NIVEL PEDIMENTO			
		28/11/2009		CONTRIB. 15 PRV		CVE. T. TASA 2	
						TASA 140.000	
CUADRO DE LIQUIDACION							
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES	
PRV	0	161				EFFECTIVO	161
						OTROS	0
						TOTAL	161
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR							
ID. FISCAL 54969018		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: GANADERIA IMPERIAL, S.A.				DOMICILIO: 3A. AVENIDA DE LA ZONA 9 No. Ext. 2 No. Int. 45 GUATEMALA, CENTROAMERICA C.P. SN GUATEMALA (REPUBLICA DE)	
NUM. FACTURA 0133		FECHA 05/11/2009		INCOTERM DAF		VAL. MON. FACT 31,100.00	
				MONEDA FACT USD		FACTOR MON. FACT 1.00000000	
						VAL. DOLARES 31,100.00	
TRANSPORTE IDENTIFICACION PARTICIPAR							
TRANSPORTISTA: _____ RFC: _____							
CURP: _____ DOMICILIO/CIUDAD/ESTADO: _____							
NUMERO/TIPO		SN		60		S/N	
NUMERO/TIPO		S/NUM		60		SIN/NUM	
						60	
CLAVE/COMPL. IDENTIFICADOR		PD		COMPLEMENTO 1 5		COMPLEMENTO 2	
						COMPLEMENTO 3	
OBSERVACIONES:							
DE CONFORMIDAD CON EL ART. 36 FRACC.II DE LA LEY ADUANERA VIGENTE SE ANEXA FACTURA COMERCIAL Y CERTIFICADO T.L.C.							
MERCANCIA ABORDO DE 5 VEHICULOS.							
PARTIDAS							
SEC	FRACCION	SUBD.	VINC.	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT
	DESCRIPCION						
	VAL ADU/USD	IMP. PRECIO PAG.		PRECIO UNIT.	VAL. AGREG.		
	MARCA	MODELO		CODIGO PRODUCTO			
001	01021001	0	0	7	65.000	7	65.000
	BOVINOS SINMENTAL, BOVINOS SIMBRAH						
	31,100.00	402667		6194.87692	0.00		
	IDENTIF. TL	COMPLEMENTO 1 GTM		COMPLEMENTO 2	COMPLEMENTO 3		
OBSERVACIONES A NIVEL PARTIDA:							
UMC CONFORME ANEXO 22 DEL INSTRUCTIVO DE LLENADO DE PEDIMENTO BLOQUE PARTIDAS CAMPO 6.							
***** FIN DE PEDIMENTO ***** NUM. TOTAL DE PARTIDAS: 1 ***** CLAVE PREVALIDADOR: 010 *****							

PAGO ELECTRONICO
 BBVA BANCOMER
 3493 9008078
 OP: 0933200561
 28/11/2009
 ACUSE: AH7MB3D87A
 IMPORTE TOTAL: \$161.00

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACEN NOMBRE O RAZ. SOC.: ERNESTO DURAN RAMIREZ RFC: DURE4407137M7 CURP: DURE440713HDFRMP00		DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA: PATENTE O AUTORIZACION: 3493	
A.A. ERNESTO DURAN RAMIREZ			
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO 0000100000002047078			
FIRMA ELECTRONICA AVANZADA mINt0cObR8XKud0/dpUahnZnscJaK9NKusLX+3xQ6DAM2+W0uH10EB11G4yc/YhOnLJ0Vowce7FD+xB04aA+rybrwK+a7bTVH ZL94SeuzBs4me/g6PYX10ammh9Q5mVkjda09htpw5u2r3k85N8khzibr0w3tYBKqwbW8=			
SEGUNDA COPIA: IMPORTADOR EXPORTADOR		DESTINO/ORIGEN: INTERIOR DEL PAIS	

**i) MAGA DE IMPORTACIÓN EXPEDIDA POR
EL PAÍS IMPORTADOR**

No. 327270
GOBIERNO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN

**UNIDAD DE NORMAS Y REGULACIONES
ÁREA FITOZOOSANITARIA**

Hoja No. _____

Autorización Zoosanitaria de Importación No. 108314

La Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación; a través de la Subárea de Protección Agropecuaria, extiende la presente Autorización sanitaria de Importación

A: GANADERIA IMPERIAL, S.A.

Dirección: 3A AVENIDA 2-45 ZONA 9

Teléfono 23295666

Propietario o Representante Legal: CARLOS ENRIQUE ZUNIGA FUMAGALLI

PARA IMPORTAR BOVINOS

Cantidad 65.00 ANIMALES VIVOS Cantidad 0.00 Kg. Brutos

Factura: 133

ValorCIFUS\$: 32,327.63

PAIS DE ORIGEN MEXICO

PAIS DE PROCEDENCIA MEXICO

ADUANA DE INGRESO TECUN UMAN

FORMA DE TRANSPORTE TERRESTRE

CONSIGNADO A: GANADERIA IMPERIAL S.A.

Extendida en la Ciudad de Guatemala el día Viernes, 27 de Noviembre de 2009

Válida para un solo embarque, por el término de 30 días a partir de la fecha de su emisión y debiendo ser entregada al Inspector de Cuarentena en la Aduana o Puerto de entrada.

Observaciones:

El Inspector de SEPA en el puesto de cuarentena deberá exigir los originales de certificados de origen y zoosanitario previa entrega del producto importado.

Lic. Zoot. David Girón
SUPERVISOR DE CUARENTENA
AGROPECUARIA
UNR-MAGA

