

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA
“ANTONIO NARRO”**

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS



TIPOLOGÍA DE AGROEXPORTADORES DEL ESTADO DE VERACRUZ

Por:

FILIBERTO MARTÍNEZ VÁZQUEZ

T E S I S

Presentada Como Requisito Parcial Para Obtener el Título de:

LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México

Junio de 2012

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO

**División de Ciencias Socioeconómicas
Departamento de Economía Agrícola**

TIPOLOGÍA DE AGROEXPORTADORES DEL ESTADO DE VERACRUZ

POR:

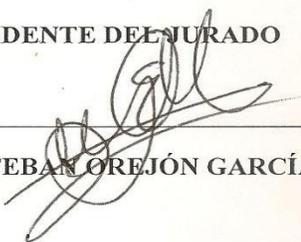
FILIBERTO MARTÍNEZ VÁZQUEZ

TESIS

Que se somete a consideración del H. Jurado Examinador como requisito parcial para
obtener el título de:

Licenciado en Economía Agrícola y Agronegocios

PRESIDENTE DEL JURADO



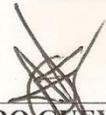
M.C. ESTEBAN OREJÓN GARCÍA

SINODAL



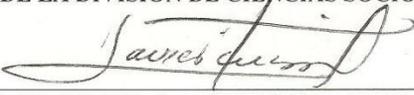
M.C. RUBÉN MORAN OÑATE

SINODAL



M.C. ARTURO CUEVA VILLANUEVA

COORDINADOR DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS



M.C. VICENTE J. AGUIRRE MORENO

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México Junio de 2012



**DIV. CS. SOCIOECONÓMICAS
COORDINACION**

DEDICATORIAS

A Dios: porque siempre ha estado iluminando mi camino, porque está siempre presente en cualquier lugar dándome la paz y fuerza que necesito.

Porque hacen que todo sea posible, por su apoyo incondicional, su gran amor, paciencia y tolerancia, por sus valiosos consejos y por el cariño que me han demostrado.

La presente tesis la dedico a:

Mis padres:

Sr. Wenceslao Martínez Barrios y Sra. María Bertha Vázquez Vázquez. Por haberme dado la vida y por estar pendiente de mí en cada momento, a mi padre muchas gracias por su apoyo incondicional y por todos sus consejos y a mi madre por todo su amor y comprensión.

A mis hermanos: Por el cariño y amistad que nos sigue uniendo a pesar del tiempo y la distancia, por todo su apoyo, pues siempre están dispuestos a ayudarme cuando lo he necesitado. A cada uno de ustedes les dedico esta tesis.

<i>Wenceslao</i>	<i>Soet</i>
<i>Roberto</i>	<i>Nélida</i>
<i>Emír</i>	<i>Nínfa</i>

A Ángela: A ti porque eres parte de mi inspiración, tal que me ha hecho ser mejor persona, me has apoyado muchísimo en todo, por tu gran ayuda, tus palabras, por los consejos que me das, por el gran interés que demostraste, por tu preocupación de que todo salga bien, por los momentos felices que me diste y me hacen seguir avanzando. Gracias!!!

AGRADECIMIENTOS

A mis padres: por todo su apoyo económico, moral, espiritual y por su entrega como padres maravillosos, sus sacrificios y esfuerzos por ser mejor cada día.

A la Universidad Autónoma Agraria “Antonio Narro” por darme la oportunidad de realizar mis estudios en ella, por prepararme como un profesional en sus aulas, y darme las bases para enfrentarme al mundo laboral.

Agradezco a mi asesor de tesis. El M.C. Esteban Orejón García, por todo su apoyo en la realización de esta investigación, por sus valiosos comentarios, su conocimiento y experiencia que fueron esenciales, pues todas sus aportaciones enriquecieron en gran medida este trabajo que sin su ayuda no hubiera podido realizarse. Muchas gracias por haber sido un excelente profesor y una gran persona y haberse mostrado siempre dispuesto a ayudarme. Gracias

M.C. Rubén Moran Oñate. Por su gran apoyo, por el tiempo que me dedicó, y por contribuir en la realización de esta investigación de la mejor manera y disposición. Gracias.

M.C. Arturo Guevara Villanueva. Por su valioso apoyo, por el tiempo y esfuerzo que dedicó en la realización de esta investigación. También por sus buenos consejos

A mis amigos. Por contribuir de alguna u otra manera, haciéndome reír y pasar momentos de relax. ¡Gracias Eduardo Alberto Lara Reimers, Miguel Ángel Olivares Josafat Alvarado Camarillo, Fernando Alberto Cruz Castillo, Esteban Olivares Duran, Marco Antonio Gonzales, Daniel Reyes Virgen, Jeremías Méndez Hernández, etc.

A todas aquellas personas como: Directores generales, administrativos que colaboraron con este trabajo siendo parte de la muestra tomada al azar. Por permitir aplicarles las encuestas que fueron lo primordial para que prosperara esta investigación. ¡Gracias!

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIAS	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
INTRODUCCIÓN	1
Problema.....	2
Objetivo	3
Hipótesis.....	3
Metodología de la investigación.....	4
Estructura de la tesis.....	5
CAPÍTULO I.....	7
CARACTERIZACIÓN DEL ESTADO DE VERACRUZ	7
1.1 Ubicación geográfica del Estado de Veracruz	7
1.2 Condiciones agroclimáticas del Estado de Veracruz	8
1.2.1 Aspectos fisiográficos del Estado	9
1.2.2 Climas y temperaturas.....	10
1.2.3 Precipitación media anual	11
1.2.4 Hidrografía.....	11
1.2.5 Características y uso del suelo	12
1.3 Estructura económica del Estado de Veracruz.....	13
1.4 Estructura agropecuaria del Estado de Veracruz	15
1.5 Caracterización de la producción agrícola de Veracruz.....	16
1.6 Agroexportadores del Estado de Veracruz.....	19
CAPÍTULO II	21
MARCO TEÓRICO Y DE REFERENCIA	21
2.1 Comercio exterior	21
2.2 Causas del comercio exterior	21
2.3 Ventajas y desventajas del comercio exterior	22
2.4 Proceso y elementos generales para realizar las exportaciones	23
2.4.1 Fuentes de información.....	24
2.4.2 Un producto que ofrecer	24
2.4.3 Selección del mercado	25
2.4.4 Conocer el mercado seleccionado.....	25
2.4.5 El análisis del producto deberá incluir principalmente.....	25
2.4.6 Otras formas de exportar.....	26
2.4.7 Los apoyos gubernamentales en la actividad comercial.....	26
2.4.8 Apoyos de BANCOMEXT	28
2.4.9 Documentos y trámites de exportación.....	29

2.4.10	Requisitos fitosanitarios para la exportación de Frutas y vegetales en fresco de México a los Estados Unidos.....	31
2.5	Proceso de exportación de la empresa CITREX (Cítricos de exportación).....	37
2.5.1	Descripción de la empresa y su proceso de exportación.....	37
2.5.2	Producto	38
2.5.3	Enfoque a clientes y mercado	38
2.5.4	Proveedores:.....	39
2.5.5	Administración de proceso hasta la exportación y consumidor final	39
2.6	Comercio exterior de Veracruz	45
2.6.1	Empresas en el Estado de Veracruz	46
2.7	La tipificación y la estratificación.....	47
CAPÍTULO III.....		50
ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DEL ESTADO DE VERACRUZ.....		50
3.1	Productos agrícolas que se exportan en el estado de Veracruz.....	50
3.2	Problemáticas de las agroexportaciones en Veracruz	54
3.3	Tecnología utilizada por las empresas que exportan	55
3.4	Exigencias del mercado externo	55
3.5	Concentración de la producción de cítricos en el Estado de Veracruz de acuerdo al OEIDRUS-Veracruz del año 2006 al 2010	56
3.6	Esquema de clasificación de los agroexportadores.....	57
3.7	Identificación de tipos de exportadores.	58
3.8	El sector de los cultivos de exportación.....	60
3.9	Estrato de pequeñas empresas productoras exportadoras.	61
CAPÍTULO IV.....		63
SITUACIÓN DE LAS AGROEMPRESAS EXPORTADORAS EN EL ESTADO DE VERACRUZ SEGÚN SU TAMAÑO.....		63
4.1	Procedimiento para la clasificación y caracterización de agropempresas	63
4.2	Empresas exportadoras del estado de Veracruz	64
4.3	Análisis de las empresas agropexportadoras según tamaño.....	65
CONCLUSIONES		70
RECOMENDACIONES		72
LITERATURA CITADA		73
PAGINAS WEB CONSULTADAS.....		75
GLOSARIO DE SIGLAS.....		76
ANEXOS.....		77

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Estacionalidad de los productos exportados en Veracruz	51
Cuadro No. 2 Principales Municipios en Veracruz por volumen de	57
Producción de cítricos (Toneladas).....	57
Cuadro No.3 Principales empresas en Veracruz por valor de la producción de cítricos (miles de pesos)	57
Cuadro No.4 Número de agroempresas y mercados destino de productos agrícolas del estado de Veracruz.....	64
Cuadro No. 5 Clasificación De Las Empresas.....	66
Cuadro No. 6 Datos generales de las empresas	66
Cuadro No. 7 Ubicación de las empresas	67
Cuadro No. 8 Mercado destino de las exportaciones.....	67
Cuadro No. 9 Mercados Destino 2007-2011	68
Cuadro No. 10 Número de empresas con problemas para exportar	69
Cuadro No. 11 Empresas con diversos tipos de apoyo.....	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Mapa de ubicación del Estado de Veracruz.	8
Figura.No. 2 División política del Estado de Veracruz	8
Figura No. 3 Fisiografía del Estado de Veracruz.....	10
Figura No. 4 Precipitación media anual en Veracruz	11
Figura No. 5 Hidrografía del Estado de Veracruz	12
Figura No. 6 Desglose de actividades agrícolas	47

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica No. 1 Importancia económica de las actividades agropecuarias en el Estado de Veracruz.....	17
Gráfica No. 2 Importancia económica de la Citricultura en el Estado de Veracruz.....	18
Gráfica No. 3 El Proceso de exportación en México.....	24
Gráfica No. 4 Principales productos exportados en Veracruz	50
Gráfica No. 5 Principales destinos de productos agrícolas exportados en Veracruz.....	52

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen No.1 Transporte de CITREX S.A de C.V.....	37
Imagen No.2 Huertas de limon de CITREX S.A de C.V.	40
Imagen No.3 Corte del limón	40
Imagen No.4 El limón en rejas de plástico.	41
Imagen No.5 Traslado del limón a la empacadora	41
Imagen No.6 Acarreo de limón para procesarse.....	42
Imagen No.7 Procesamiento de limón.....	42
Imagen No.8 Separador de limón por tamaño	43
Imagen No.9 Limón empacado en cajas.....	44
Imagen No.10 Camión listo para transportar el limón.....	44

INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene la finalidad de tipificar los agroexportadores del Estado de Veracruz, para contar con una herramienta precisa que permita identificar las necesidades específicas de los exportadores agrícolas del Estado de Veracruz y poder formular políticas públicas adecuadas a su realidad.

El gobierno ha puesto en marcha algunos programas destinados a estimular las exportaciones agrícolas, y a su vez políticas macroeconómicas y sectoriales. Si no contamos con una adecuada tipificación de productores y si no existen las condiciones apropiadas ningún esfuerzo para promover las exportaciones podrá prosperar ya que también se requiere disponer de información adicional tales como de tecnología aplicada en manejo de post-cosecha que permita la entrega del producto con las características que demanda el mercado y a un precio competitivo. Por falta de lo anterior muchos intentos para incrementar las exportaciones han fracasado.

La tecnología es un factor estratégico para competir en los mercados tan dinámicos y cambiantes que tienen estos productos, en este aspecto los exportadores en ocasiones han tenido que modificar la tecnología nacional debido a los altos costos de la extranjera.

Aunque existe la intención de apoyar al sector agroexportador, también es una realidad que no hay claridad en cuanto al número de empresas exportadores ni como se clasifican, esto incide de manera negativa en la formulación de políticas públicas y en la implementación de mejoras en beneficio de este grupo de empresas. Existe un gran trabajo por hacer para clasificar, estratificar y analizar la situación de los exportadores en Veracruz.

Actualmente alrededor de 20 productos veracruzanos se están exportando a los mercados de los Estados Unidos, Europa, Japón. Entre los principales productos figuran el limón persa, la naranja los jugos concentrados congelados, la vainilla, el mango, y la piña; esto como resultado más del esfuerzo particular de cada una de las empresas productoras que de las

políticas estatales o federales para incrementar la presencia de los productos mexicanos en los mercados internacionales.

Sin embargo, se debe apoyar a las empresas exportadoras con programas para ampliar aún más su mercado en el exterior como son programas de apoyo de acuerdo a la realidad del sector agroexportadores veracruzanos, donde se le pueda proporcionar apoyo tanto a pequeñas, medianas y grandes empresas. Por lo tanto; El presente trabajo busca a través de la tipificación de productores caracterizar a las empresas agroexportadoras del Estado de Veracruz. Que permita argumentar y solidificar propuestas de mejora en lo productivo y comercial, y en especial hacia el mercado externo.

Problema

Veracruz es un gran productor agrícola y eso lo hace tener gran potencial para realizar exportaciones, sin embargo, el problema más notorio respecto a su limitada exportación es debido a la aplicación de normas sanitarias y fitosanitarias por la alta competitividad en los mercados. Es decir se han establecido reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los productos con arreglo a los criterios que cada país considera apropiados. Es preciso que estas normas estén fundadas en principios científicos y que solo se apliquen al límite de proteger la salud de las personas y que no se use como discriminación hacia algunos países para limitar sus exportaciones.

Una restricción sanitaria o fitosanitaria que no esté realmente justificada por motivos pertinentes puede ser un instrumento proteccionista muy eficaz y, debido a su complejidad técnica, un obstáculo especialmente engañoso y difícil de impugnar.

El sector agrícola en México en los últimos años ha demostrado capacidad de adaptación a los cambios, tanto internos como externos, pero su crecimiento anual es bajo; esto nos indica que existe un potencial importante para el desarrollo y crecimiento del sector, es decir existe un camino por recorrer para incrementar las agroexportaciones de productos

mexicanos. Y esto se puede lograr a través del estudio de características específicas de los productores, metodologías y procesos así como apoyos y capacitación técnica.

Y en este sentido se observa la necesidad de tener una tipología de productores agrícolas y así poder tener una visión en conjunto de los procesos productivos orientados a la exportación que facilite la adopción de programas y proyectos dirigidos al incremento de las cadenas para procurar un incremento en la competitividad y las agroexportaciones de los productos mexicanos.

Objetivo

El objetivo de este trabajo es realizar una tipología de agroexportadores en el Estado de Veracruz con la finalidad de identificar sus principales características y necesidades más importantes que les permita incrementar exportaciones de manera eficiente, mediante la vinculación directa estableciendo un espacio de análisis y de trabajo conjunto para propiciar un intercambio sobre las diferentes experiencias de los modelos de integración y vinculación de las cadenas productivas que pudieran aplicarse al sector agrícola y agroalimentario orientado a las exportaciones.

Hipótesis

El estado de Veracruz no dispone en la actualidad de una tipificación de agroexportadores por lo tanto necesita una tipología. Si se clasifica a las empresas de acuerdo a su tamaño, se pueden diseñar estrategias para el fortalecimiento de su participación como agroexportadores en los mercados internacionales, y mejorar sus ingresos y condiciones económicas que les permita eficientar sus procesos, mejorar su tecnología, aumentar sus exportaciones, abrir mercados y mejorar sus ingresos y así mejorar las divisas del país.

Metodología de la investigación

Para la realización de esta investigación y para lograr cumplir el objetivo e hipótesis establecidos. Se utilizó información documental, estadística e información de campo misma que fue obtenida a través de encuestas aplicadas a exportadores, procedentes de directorio de agroexportadores mexicanos¹, y para el caso de los exportadores del estado de Veracruz se complementó con información expuesta en la Guía Básica del Exportador publicada por la Comisión Veracruzana de Comercialización Agrícola (COVECA)², así como información procedente de libros, artículos y de información procedente de instituciones públicas que generan y publican información relacionada a la temática, siendo principalmente la SAGARPA.

Cabe destacar que el desarrollo de este trabajo parte de la identificación del problema de investigación, requiriéndose para ello realizar la recopilación, organización y análisis de la información del objeto de estudio, que para el caso de la información obtenida en campo, se requirió de la elaboración de base de datos para su captura, exponiéndose en el último capítulo alguno problemas presentados en el levantamiento de la información.

En el trabajo de campo, se aplicaron inicialmente 35 encuestas, sin embargo por la calidad y amplitud de información proporcionada en ellas, solamente se consideran en el análisis a 24 de las empresas agroexportadoras en el Estado de Veracruz, mediante las cuales se lograron identificar y clasificar a las empresas en tres tamaños: pequeñas, medianas y grandes empresas agroexportadoras, se logró obtener información que permite identificar en las empresas, su ubicación, el número de trabajadores que ocupan, los porcentajes de ventas tanto al mercado nacional como en el externo, los productos agrícolas comercializados en fresco y procesados, los principales mercados de exportación destino del año de 2007 al 2011, al igual de identificar los apoyos recibidos a través de programas de gobierno y problemática existente para cada empresa agroexportadora, según su tamaño.

1 Disponible en: www.mexbest.com

2 Disponible en: [en www.coveca.mx](http://www.coveca.mx)

La aplicación del cuestionario³ se realizó en el mes de abril de 2011, de forma directa y vía correo electrónico, iniciándose la aplicación de acuerdo a municipios como sigue Álamo, Temapache, Poza Rica, Papantla, Gutiérrez Zamora, Martínez de la Torre, Xalapa y Veracruz, siendo los principales informantes de las empresas consideradas; gerentes comerciales, directores, empacadores y productores. Cabe destacar que la información captada vía electrónica fue más tardada e incompleta en algunos de los cuestionarios, correspondiendo a las encuestas que se requirió eliminar.

El considerar, la información recabada tanto documental y principalmente la recabada a través de las encuestas, permitió tipificar a las empresas agroexportadoras, que permite exponer y analizar las situación y problemática presentes, información que es una herramienta para la toma de decisiones tanto de los empresarios como de todos aquellos agentes de que de alguna manera puede influir en mejorar la situaciones de los agroexportadores tanto de productos agrícolas en fresco como procesados, contribuyendo así a mejorar la situación y perspectivas del sector agroexportador del país y en particular el veracruzano.

Estructura de la tesis

Este estudio está estructurado en cuatro capítulos los cuales caracterizan al Estado y dan soporte para la realización de la clasificación de las empresas agroexportadoras. La cual es necesaria realizar para contar con una herramienta capaz de identificar de manera precisa las carencias en el sector agrícola orientado a las exportaciones.

En el capítulo I se expone la caracterización del estado de Veracruz, donde se abarcan aspectos como su situación geográfica, así como sus condiciones agroclimáticas, condiciones fisiográficas, sus climas y su uso del suelo.

³ Se anexa el cuestionario, en el que se exponen los apartados y preguntas que lo conforman.

En el capítulo II se considera el marco teórico donde se destacan los principales conceptos que están relacionados con esta investigación.

El capítulo III se encuentra conformado por un análisis de las empresas agroexportadoras del Estado de Veracruz. Exponiéndose los tipos de empresas, los productos que exportan así como los mercados destino la problemática de las empresas.

En el ultimo capitulo el IV se expone la situación de las agroempresas en el Estado de Veracruz según su tamaño así como el procedimiento para la clasificación y datos generales de las empresas.

PALABRAS CLAVES: Tipología, Agroexportaciones, Estratificación, Cítricos Veracruz, Exportaciones, Clasificación de Empresas.

CAPÍTULO I

CARACTERIZACIÓN DEL ESTADO DE VERACRUZ

El objetivo del presente capítulo es el de exponer los aspectos generales del Estado de Veracruz como lo es su ubicación, condiciones físicas, condiciones climatológicas, la estructura económica, la estructura de la producción agropecuaria. Y a su vez contar con suficiente información y elementos sobre la importancia económica. Destacándose las relacionadas con la exportación de productos agrícolas.

1.1 Ubicación geográfica del Estado de Veracruz

El Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, se encuentra ubicado entre la Sierra Madre Oriental y el Golfo de México, en las coordenadas 17° 03' 18" y los 22° 27' 18" de latitud norte y los 93° 36' 13" y los 98° 36' 00" de longitud oeste. Limita al norte con el Estado de Tamaulipas, al este con el Golfo de México, al sureste con los Estados de Tabasco y Chiapas, al sur y suroeste con el Estado de Oaxaca, al oeste con el Estado de Puebla, al noroeste con los Estados de San Luis Potosí e Hidalgo. Así, por su ubicación estratégica en la cuenca del Golfo de México y la infraestructura portuaria disponible, ofrece un fácil acceso a las rutas comerciales marítimas Europa y el este de los Estados Unidos.⁴

En Veracruz se cuenta con tres de los puertos más importantes de México, ubicados estratégicamente en; el norte, el puerto de Tuxpan de Rodríguez Cano, en el centro, el puerto de Veracruz y en el sur del Estado, el puerto de Coatzacoalcos. En conjunto estos tres puertos operan el 28.48% de la carga en contenedores del país. En estos tres puertos, el volumen de carga anual, tanto de importaciones como de exportaciones, se ubicó alrededor de los 24.9 millones de toneladas.⁵

⁴ Obtenida de : http://portal.veracruz.gob.mx/portal/page?_pageid=portal

⁵ Obtenida de : <http://www.apiver.com/apiver/acerca-del-puerto/rutas-navieras>

Figura No. 1 Mapa de ubicación del Estado de Veracruz.



Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico, 2000. Superficies Nacional/mapas.

1.2 Condiciones agroclimáticas del Estado de Veracruz

El Estado está dividido en 212 municipios agrupados en 10 regiones administrativas: Huasteca Alta, Huasteca Baja, Totonaca, Nautla, Capital, Sotavento, Montañas, Papaloapan, Tuxtlas y Olmeca, éstas regiones por su singular topografía, diversidad de climas y altitud así como su calidad de suelo y recursos hidrológicos hacen de Veracruz un lugar propicio para el adecuado cultivo de diversos productos agrícolas. Cabe señalar que el principal soporte que nos brindan todos estos aspectos fisiográficos se ven reflejados en la alta productividad citrícola en el estado de Veracruz.

Figura. No. 2 División política del Estado de Veracruz



Fuente: Obtenido de www.google.com.mx/imagenes/div/ver

1.2.1 Aspectos fisiográficos del Estado

El Estado de Veracruz abarca áreas que corresponden a siete provincias o regiones fisiográficas del país. Provincia de la llanura costera del golfo norte. Esta provincia se extiende paralela a las costas del Golfo de México, desde el río Bravo hasta la zona de Nautla, Veracruz.

Los climas en esta región van de los secos cálidos y semicálidos del norte a los cálidos subhúmedos y húmedos del sur. Es fundamentalmente un conjunto de sierras menores de estratos plegados. En esta región, los climas varían en una amplia gama de temperatura y precipitación, desde los secos cálidos en el norte, hasta los semicálidos y templados subhúmedos del sur. La porción que se encuentra en Veracruz pertenece a la subprovincia Carso Huasteco.

Provincia del eje neovolcanico esta, uno de sus rasgos característicos es la franja de volcanes que se extienden de oeste a este, casi en línea recta, más o menos sobre el paralelo 19. Otro rasgo esencial lo dan las amplias cuencas cerradas ocupadas por lagos.

Provincia de la sierra madre del sur. Es una llanura costera de fuerte aluvionamiento por parte de los ríos, los más caudalosos del país, que la atraviesan para desembocar en el sector sur del Golfo de México.

Provincia de la cordillera centroamericana. El clima predominante es cálido húmedo, pero en el sureste se registra el semi cálido y hacia el noroeste el templado subhúmedo.

Provincia de las sierras de Chiapas y Guatemala. En nuestro país abarca parte de los estados de Tabasco, Chiapas y Veracruz. Las sierras que las conforman son sierras plegadas. La parte mexicana es una sierra relativamente baja.

1.2.3 Precipitación media anual

La precipitación media anual estatal es de 1500 mm anuales, las lluvias se presentan en verano en los meses de junio a octubre; en la región colindante con Tabasco se presentan todo el año.

Figura No. 4 Precipitación media anual en Veracruz



Fuente: Obtenido de <http://mapserver.inegi.org.mx/geografia/est/ver>

1.2.4 Hidrografía

Veracruz concentra el 35% de los recursos hidrológicos del país, ya que todos los ríos veracruzanos pertenecen a la vertiente del Golfo de México. Aunque gran parte del territorio veracruzano está constituido por planicies, parte de él está atravesado por una cordillera neovolcánica, dando como resultado un particular paisaje montañoso. Tal cordillerana culmina en la cima del bello volcán Citlatépetl, también conocido como Pico de Orizaba.

Regado por los riachuelos Medio, Grande y Tenoya, contando con buenas playas e islas como la de Sacrificios y Verde. Asimismo en el interior de la ciudad se encuentran numerosas lagunas como la de Lagartos, La Ilusión, Malibrán, Real, Los Lagos, El Vergel.

Figura No. 5 Hidrografía del Estado de Veracruz



Fuente: Obtenido de <http://issuu.com/sbasica/docs/atlasmexico-hidrografia/ver>.

1.2.5 Características y uso del suelo

La actividad agrícola en la entidad tiene un marcado desarrollo hacia el cultivo de los productos perennes o frutales, con preferencia a los cítricos debido a que el suelo de la entidad es apropiado para la siembra de estos productos. Entre los cultivos más importantes están el limón persa, naranja, café, piña, los de menor escala que se producen son. Mango, plátano, vainilla. Entre otros.

Los productos perennes representan un alto porcentaje del volumen total de la producción agrícola del estado. La ganadería se desarrolla principalmente en las zonas altas del estado. Las principales especies que se explotan son: bovinos, porcinos.

De la superficie total de la entidad, las tierras agrícolas representan el 31 % las dedicadas a la ganadería el 30 %, el 37 % corresponde a las áreas forestales, y el 2 % restante está compuesto por los cuerpos de agua y las zonas urbanas. La actividad agrícola en la entidad tiene un marcado desarrollo hacia el cultivo de los productos perennes o frutales, con preferencia a los cítricos debido a que el suelo de la entidad es apropiado para la siembra de estos productos.

De la superficie total dedicada al cultivo, destaca la siembra de limón persa, café, y piña (como cultivos temporaleros) arroz, hortalizas, praderas y en menor escala árboles frutales, (como cultivos de riego). Se cultiva limón, palma de coco, plátano, mango y vainilla; y el restante es empleado para la siembra temporal de cultivos cíclicos solos y asociados a los frutales antes mencionados.

El estado de Veracruz dispone de 545.5 mil hectáreas; 170.0 para uso agrícola; 164.3 para uso pecuario; 200.9 para el subsector forestal; 9.2 son cuerpos de agua, y el 1.0 restante corresponde a áreas urbanas.

1.3 Estructura económica del Estado de Veracruz

El Estado de Veracruz alberga zonas económicas desarrolladas, tanto en el sector agrícola como en el industrial y pecuario. La especialización económica da fe de la geografía contrastante, el sector agropecuario combina el ganado y las grandes plantaciones (café, caña y cítricos) con la agricultura de exportación.

Por otra parte la industria concentrada en las áreas urbanas, aporta cerca de la quinta parte del producto estatal y ocupa alrededor de la quinta parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Los servicios y el comercio son sin duda las actividades más importantes desde el punto de vista del producto ya que aportan casi la mitad y en el empleo, ya que concentran casi el 60% de la PEA. En el norte del estado la actividad económica depende de la industria petrolera en franco retroceso y de las actividades agrícolas y ganaderas estas cada vez más dinámicas orientadas a la exportación. En el sur, la actividad motora del crecimiento fue la industria petroquímica.

En el centro se localiza el puerto de Veracruz, puerta de entrada y salida de más del 70% del comercio exterior del país, y las principales zonas de industria manufacturera (Córdoba-Orizaba) así como los servicios educativos y político-administrativos del estado (Xalapa). Veracruz es un Estado que sobresale por su vocación agrícola, pecuaria y

pesquera, pero que también cuenta con una gran estructura productiva industrial (Empacadoras, jugueras, textiles, petroquímica, agroindustria).

En el 2010, de acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), el total de la Población Económicamente Activa (PEA) en Veracruz ascendía a 3.5 millones de personas, sin embargo ha habido un incremento relativo en los niveles de desocupación que pasaron del 1.2% en el 2008 a 2.0% en el 2010.

Veracruz es una entidad con alto índice de población dependiente, ya que la PEA descendió 11% en tanto que la Población Económicamente Inactiva (PEI) presentó un incremento de 18%. Esta población está integrada por estudiantes, personas dedicadas a las labores domésticas, pensionados y jubilados, este último sector es el que mayor crecimiento ha registrado con 52% entre 2007 y 2010.

Al hablar de los sectores económicos encontramos que de la PEA veracruzana, con datos del 2005, el 55% se dedicaba al sector servicios, el 27% al sector agrícola y sólo el 16% al sector industrial. Esto se explica por la tendencia del desarrollo económico y del empleo a concentrarse en las zonas urbanas, y específicamente en el sector servicios; sin embargo en Veracruz el sector agropecuario continúa siendo una fuente importante de ocupación productiva.⁶

El periodo comprendido entre el año 2005 y 2010 ha sido crítico para la entidad por una desaceleración económica de gran magnitud que ha impactado principalmente al sector agropecuario, el cual ha perdido participación en la estructura ocupacional. Los niveles de ocupación han crecido más en los trabajos por cuenta propia o en los micronegocios, no obstante, la pequeña, mediana y gran empresa ha realizado esfuerzos importantes para promover el mejoramiento de los niveles de ingreso. En el 2010, el Producto Interno Bruto Estatal de Veracruz (PIBE) ascendió a 290,409 millones de pesos, lo que representa el 4.09% del PIB nacional, ubicando a la entidad en 6º lugar en el contexto nacional.

⁶ Obtenido de: ENOE PDF disponible en <http://www.culturadelalegalidad.org.mx>

1.4 Estructura agropecuaria del Estado de Veracruz

El Estado de Veracruz, a través de su riqueza de recursos naturales, se ha visto favorecido para el desarrollo de actividades agrícolas y ganaderas. Actualmente, su impacto en la producción pecuaria nacional es el siguiente: quinto lugar en producción de leche de bovino, primero en carne de bovino, primero en carne de ave (pollo, gallina ligera y pesada que ha finalizado su ciclo productivo), cuarto en miel, entre los más relevantes.

Del total de la superficie del Estado de Veracruz (7'000,281.5 hectáreas), poco menos de la mitad, el 40.6% se dedican a la ganadería. Particularmente, la ganadería bovina se considera que su práctica incide sobre diversos aspectos del orden social, cultural y económico; además, se le definen la singular biodiversidad del estado.⁷

En 2008, la población estimada de bovinos para el estado era de 3'901,000 (Herrera, 2005).⁸ Según el avance mensual de la producción pecuaria a septiembre de 2009, se pronostica que Veracruz podrá mantenerse como el quinto lugar nacional en la producción de leche de bovino y el primero en producción de carne de bovino, lo que se traduce a un pronóstico de participación nacional del 6.8 y 13.9%, respectivamente.

Mayoritariamente, tanto la producción de carne como la producción de leche de bovino que se generan en Veracruz son soportadas por el ganado manejado en las regiones tropicales húmedas, sub-húmedas y secas del estado, donde predomina el sistema denominado de doble propósito. El estado cuenta con una fuerte tradición ganadera bajo el sistema de doble propósito, en el cual existen diferencias entre los estratos de los productores respecto al tipo de tenencia de la tierra o posesión de los medios de producción básicos -tierra y ganado-, lo que se refleja en el nivel tecnológico y de organización, así como en la lógica de la producción (Rodríguez, 2000)

⁷ SIAP, Sistema De Información Estadística Agroalimentaria y Pesquera 2009 Veracruz avance mensual de la producción pecuaria; 2009. México, D.F. Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. I p disponible en <http://www.siap.sagarpa.gob.mx>

⁸ Herrera, B.F. (2005). Anexo estadístico del primer informe de gobierno 2005; desarrollo agropecuario. Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Xalapa, Ver. pp. 239-290. En: <http://www.atmosfera.unam.mx>

En Veracruz, los sistemas de doble propósito están representados por unidades de producción (UP) pequeñas, de tipo extensivo y dispersas en una gran variedad de ecosistemas, que hacen poco uso de tecnología y que poseen una estructura económica donde la tierra y el ganado representan del 80 al 90% del capital total.

1.5 Caracterización de la producción agrícola de Veracruz

Veracruz es uno de los estados que mayor aporte hace al sector agropecuario del país. Su producción es alta y variada, ligada principalmente al temporal. Ocupa un lugar destacado por el número que genera de productos básicos, entre ellos arroz, chile verde, papa y frutales, como la naranja, plátano y mango; y de productos industrializables como caña de azúcar y tabaco. La agricultura de temporal es la dominante, su producción se consigue al sembrar en ciclos cortos (especialmente el de primavera-verano). Los cultivos principales en este tipo agrícola son: maíz, frijol, sorgo, arroz, café oro, naranja, mango, plátano, piña, limón persa, mandarina, papaya, toronja, ciruela y coco, además de tabaco, vainilla, chile verde, papa y sandía.

La alta productividad de la agricultura de temporal se debe, primeramente, a la buena precipitación y a que los suelos en llanuras, y valles cuentan con las condiciones apropiadas para el buen desarrollo de los cultivos. Los suelos, en su mayoría, tienen buena profundidad y carecen de obstrucciones superficiales. La fertilidad de los mismos es de moderada a alta. La agricultura de riego no ha alcanzado una importancia significativa en el estado, debido primordialmente a las buenas condiciones del temporal, que permiten obtener altas producciones con inversiones bajas. Esta se concentra en los distritos de riego Río Blanco, Actopan, Río Pánuco y la Antigua, ubicados en las provincias fisiográficas denominadas Llanura Costera del Golfo Norte y del Golfo Sur; así como en pequeñas unidades dispersas por todo el Estado.

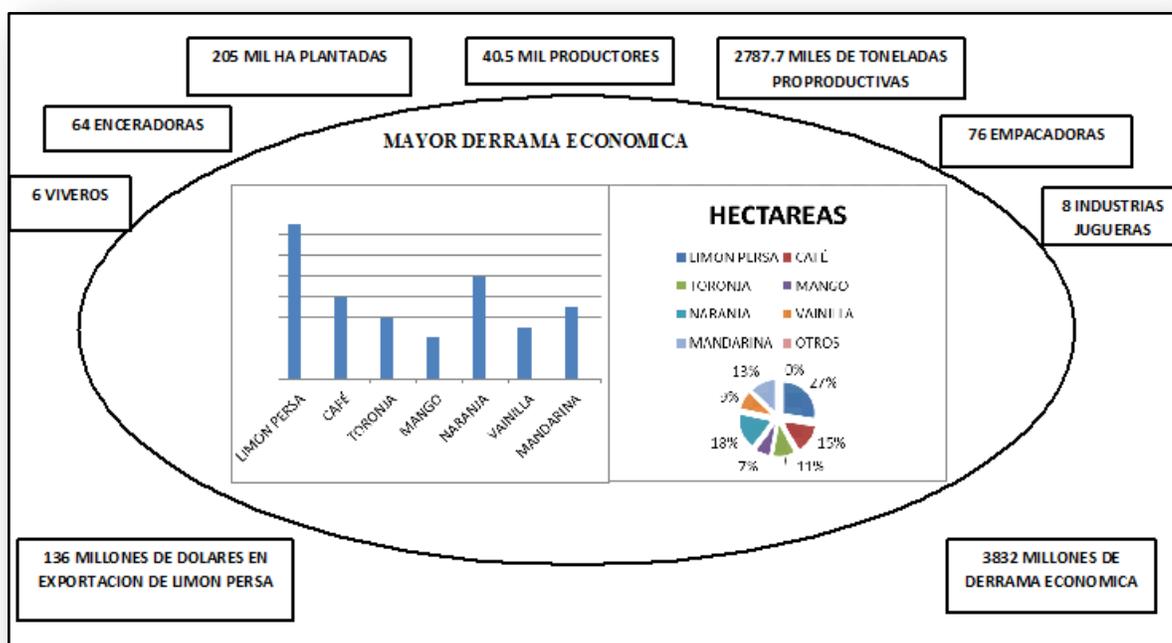
Los suelos en que se realiza son profundos, sin limitantes superficiales o internas que obstruyan el laboreo con maquinaria agrícola. La fertilidad es buena. La variedad de cultivos es poca: caña de azúcar, maíz, arroz palay y papaya. El pastizal cultivado se

desarrolla por todo el territorio, pero fundamentalmente en la Llanura Costera del Golfo Norte. Las especies que se siembran frecuentemente son: estrella africana, guinea o privilegio, pangola y jaragua.

En resumen, la importancia económica de la producción agropecuaria en el Estado de Veracruz, radica en el número de productores dedicados a las actividades agropecuarias, la superficie destinada a la producción, el número de unidades de producción, el valor generado, los empleos directos e indirectos empleados, las divisas que se generan por la exportación de un grupo considerable de productos, entre otras, como se aprecia en la gráfica siguiente.

Es importante destacar que una de las potencialidades que tiene el Estado de Veracruz son las condiciones para la producción de productos agrícolas exportables. (Ver anexo No. 3).

Gráfica No 1. Importancia económica de las actividades agropecuarias en el Estado de Veracruz



Fuente: COVECA, Comisión Veracruzana de Comercialización Agrícola, informe anual 2010

Existen cerca de 30 productos agrícolas con potencial de exportación que se cultivan en Veracruz, destinados al consumo humano directo con la consecuente generación de divisas para el país. Entre los primeros se encuentra el grupo de cítricos siendo el limón persa el más representativo, y otros grupos aunque menos dinámicos pero impactan en las exportaciones.

El Consejo Estatal Citrícola A.C de Veracruz nos proporciona la importancia y generación económica que tiene específicamente la citricultura en el Estado. La cual podremos observar en la siguiente gráfica.

Gráfica No. 2 Importancia económica de la Citricultura en el Estado de Veracruz



Fuente: Consejo Estatal Citrícola, A.C. Veracruz, Proyecto Estatal Citrícola En Veracruz.

Concluye Concitver que el Estado de Veracruz representa en términos reales el 40% de la Citricultura Nacional, a su vez que existen 191.7 mil ha de cítricos, con 50 mil productores, que generan 9 millones de jornales, 130 mil empleos directos y 360 mil empleos indirectos que existen 9 Jugueras, 70 Empacadoras, 90 Enceradoras, 3 Gajeras y 4 Viveros certificados como productores de plantas tolerantes al Virus de la Tristeza de los cítricos

(VTC), el valor de la actividad citrícola asciende a los 2,200 millones de pesos y que Veracruz es el principal exportador de cítricos que representa el 40% en el país.⁹

1.6 Agroexportadores del Estado de Veracruz

La globalización económica ha impulsado la apertura comercial de las economías, incluyendo el ámbito agropecuario, por lo que ha crecido el interés de fomentar nuevos productos agrícolas de exportación. En el Estado de Veracruz el éxito experimentado en la exportación de cítricos ha mostrado que existen campos con posibilidades de competir con nuevos productos a los mercados internacionales. Sin embargo el no contar con una tipología de productores afecta de manera directa el desempeño realizado para impulsar las exportaciones.

Los mercados de productos de exportación que ha experimentado un mayor crecimiento, en el Estado de Veracruz es el de cítricos, sin embargo, cabe señalar que hasta ahora se han desarrollado a baja escala y poca especialización. Para competir con éxito en el mercado internacional se requiere, en primer lugar, tipificar a los productores en segundo lugar responder a las exigencias que imponen y contar con la tecnología adecuada para preparar los productos de acuerdo a ellas, y en tercer lugar, es fundamental la calidad de los productos y por último desarrollar las estrategias necesaria para acceder a dichos mercados. El Estado de Veracruz ha tenido un rápido crecimiento de las exportaciones de productos agrícolas, para el año 2010 el valor de las exportaciones fue aproximadamente de \$ 525 millones, se ha incrementado un 70 % más que en los años 2005-2009 y representa el 3 % de las exportaciones del país. Para el caso de las exportaciones de cítricos es la más dinámica.¹⁰

El comercio exterior del Estado de Veracruz se encuentra regulado en más del 90% en Tratados de Libre Comercio (TLC), con más de 40 países, incluyendo a la Unión Europea, Japón, Israel y varios países de la América Central y la América del Sur; entre ellos el más

⁹ Concitver, Proyecto Estatal Citrícola en Veracruz disponible en www.concitver.com

¹⁰ <http://www.concitver.com/art=limon/exp>

importante es el TLCAN, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, con Estados Unidos y Canadá.

Veracruz es uno de los Estados más dinámicos de la República Mexicana, por su variedad de actividades comerciales, sus puertos mercantes, en él se ubica el Puerto de Veracruz, el más importante del país, ya que a través de él, se opera el 60% de las exportaciones e importaciones de nuestro país. Por su situación geográfica es un punto estratégico en la relación de México con el resto del mundo. Por otra parte cuenta con abundantes recursos naturales que permiten el desarrollo la agricultura y la ganadería.

Este territorio se ha constituido como la puerta al mundo empresarial debido a que su infraestructura en comunicaciones y transportes no sólo permite el comercio interno sino también el intercambio internacional. Cuenta con un aeropuerto internacional ubicado en la ciudad de Veracruz, y dos aeropuertos más para vuelos nacionales.

Veracruz también ofrece rutas que facilitan el comercio marítimo a Europa y al este de Estados Unidos, principalmente. Actualmente operan en el Estado ocho puertos: Tuxpan, Veracruz, Coatzacoalcos y Pajaritos, que están registrados como puertos de Altura y Cabotaje, y Tecolutla, Nautla, Alvarado y Tlacotalpan, que operan solo cabotaje y se dedican a actividades pesqueras y turísticas.

En vías de comunicación terrestres cuenta con un sistema carretero de poco más de 16 mil kilómetros, que representan el 5.1 % del total nacional. La red ferroviaria consta de mil 806.6 kilómetros que equivalen al 6.8 % de la red nacional, la cual moviliza 10.5 millones de toneladas de productos anualmente.¹¹

¹¹ Obtenido de : <http://www.apiver.com/apiver/es/acerca-del-puerto/vias-de-comunicacion>

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y DE REFERENCIA

En este capítulo se analiza y describe las empresas agroexportadores en el Estado de Veracruz así como los requisitos necesarios para llevar a cabo procesos de exportación, se describirá la situación particular de la empresa CITREX (Cítricos de Exportación) donde se realizó una visita de campo con el propósito de recabar la información del entorno físico de las unidades de producción y exportación teniendo una vivencia cara a cara con el proceso de exportación.

2.1 Comercio exterior

El comercio exterior es el acto de comercio dado entre residentes de un país exportador, con los de otro extranjero importador (BANCOMEXT)¹².

Esto quiere decir que el comercio nos describe transacciones de intercambios de mercancía de forma internacional todo esto con el fin de maximizar el crecimiento de la producción y tener un control sobre los precios.

Este a lo largo del tiempo se ha venido presentando a través de diversos enfoques teóricos mismos que se utilizaron de acuerdo a la economía del momento. Cabe mencionar que el desarrollo del siguiente trabajo estará enfocado en el análisis de agroexportadores mexicanos así como su tipología, repercusiones, importancia y evolución.

2.2 Causas del comercio exterior

El origen se encuentra en el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio

¹² Obtenido de : <http://www.bancomext.com/Bancomext/secciones/menu-inferior/glosario/C.html>

internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo.

El comercio exterior obedece a dos causas:

- Distribución irregular de los recursos económicos
- Diferencia de precios, la cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor.

2.3 Ventajas y desventajas del comercio exterior

Entre las principales ventajas y desventajas que ofrece el comercio exterior para un país se puede resumir en lo siguiente:

Ventajas. Variedad de mercados, actualización tecnológica, mejores precios para nuestros productos, mejor imagen de la empresa, se elimina competencia interna.

Desventajas. Una competencia mayor, no aceptación del producto en mercados extranjeros, cambios en las tasas de cambio provocan pérdidas.

El comercio exterior permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas; Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores, los precios tienden a ser más estables, hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no se han producidos.

Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados, (Exportaciones), equilibrio entre la escasez y el exceso, los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional, por

medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

El sector agrícola en México en los últimos años ha demostrado capacidad de adaptación a los cambios tanto internos como externos pero su crecimiento anual es bajo. Por lo tanto esto nos indica que existe un potencial importante para el desarrollo y crecimiento del sector, es decir existe un camino por recorrer para incrementar las agroexportaciones de productos mexicanos. Y esto se puede lograr a través del estudio de características específicas de los productores, metodologías y procesos así como apoyos y capacitación técnica.

Y en este sentido se observa la necesidad de tener una visión en conjunto de los procesos productivos orientados a la exportación que facilite la adopción de programas y proyectos dirigidos al fortalecimiento de las cadenas para procurar un incremento en la competitividad y las agroexportaciones de los productos mexicanos.

2.4 Proceso y elementos generales para realizar las exportaciones

En la siguiente grafica podemos observar la forma para realizar exportaciones de manera simplificada., sin embargo en el apartado siguiente se procede a explicar el proceso con la principal documentación así como los requisitos necesarios para llevarlo a cabo de forma correcta. Incluso se describe el proceso de exportación de una mediana empresa citrícola (específicamente para el caso limón persa) procedente del municipio y ciudad Martínez de la Torre Veracruz.

Gráfica No. 3 El Proceso de exportación en México



Fuente: Obtenido de sistema nacional de orientación al exportador disponible en: <http://moonamendez.wordpress.com>

2.4.1 Fuentes de información

El éxito en el proceso de exportación depende, entre otros factores, de una buena recopilación de información. Por ello, es recomendable que las empresas que desean exportar por primera vez o diversificar sus mercados en el exterior, realicen en primera instancia una investigación documental que les permita establecer un plan estratégico de negocios de exportación (misión, visión, objetivos, estrategias y acciones definidos de la empresa). Con el acopio de información, el futuro exportador contará con un mayor número de elementos para disminuir la incertidumbre y apoyar la toma de decisiones.

2.4.2 Un producto que ofrecer

Para desarrollar un proyecto de exportación, es indispensable cerciorarse de que la empresa está en condiciones de exportar, así como realizar un autoanálisis de sus productos

en un marco global. También es preciso determinar si un producto o una gama de ellos, una vez satisfecha la demanda en México, responde o responden a los requerimientos y necesidades de sus posibles clientes en el extranjero. Los elementos prioritarios que se deben de cumplir son: Contar con oferta exportable, Calidad, Precio competitivo, Tiempo de entrega, y Servicio posventa.

2.4.3 Selección del mercado

Una vez que se ha seleccionado el producto que se desea exportar, se debe analizar el o los posibles mercados de destino, para determinar un mercado objetivo. Se recomienda explorar en primer término los mercados que ofrecen ventajas arancelarias a México (por acuerdos y tratados de libre comercio) y en segundo los naturales geográficamente.

2.4.4 Conocer el mercado seleccionado

Para empezar a conocer el mercado elegido, se debe realizar un análisis de la situación actual del país de destino y sus expectativas en el mediano plazo, principalmente en lo referente al medio ambiente y al producto que se maneje. El análisis de mercado debe incluir lo siguiente: Cifras de población, Sistema político, Entorno económico, Estructura social, y Grado de desarrollo.

2.4.5 El análisis del producto deberá incluir principalmente

Infraestructura, Telecomunicaciones, Ingreso Per Cápita, Competencia, cifras estadísticas de comercio, Tendencias (gustos, modas, preferencias, costumbres, productos sustitutos, etc.), Canales de distribución, e Importadores potenciales.

Cuando ya se ha identificado el mercado al que se quiere incursionar, se procede a analizar todos aquellos factores que intervienen de manera directa en la negociación internacional. Para estar en condiciones de realizar ésta con éxito, será necesario: realizar un análisis de los medios de transporte nacionales e internacionales, determinar el precio de exportación

del producto, conocer las regulaciones arancelarias y no arancelarias que afectan al producto, investigar los importadores potenciales, conocer las formas de pago que se manejan en el comercio internacional, y elaborar un contrato de compraventa internacional.

2.4.6 Otras formas de exportar

En el camino de la exportación es común encontrar empresas (principalmente pequeñas y medianas) que no tienen la infraestructura para realizar ésta actividad en forma directa. Sin embargo, esto no debe significar un obstáculo para incorporarse a éste proceso, ya que es posible hacerlo de manera indirecta, es decir, con base en las figuras de: Exportadores indirectos, Proveedores de la industria maquiladora Empresas integradoras, y Empresas de Comercio Exterior (ECEX).

En cualquiera de estos casos se tiene acceso a los beneficios que brinda la exportación, como la devolución del impuesto al valor agregado a los productos de exportación. Cuando se incorpore materia prima de importación y ésta se transforme, se tiene derecho a la devolución del impuesto de importación causado por la materia prima.

2.4.7 Los apoyos gubernamentales en la actividad comercial.

¿Por qué se requiere el RFC?

Toda empresa o persona física que realice actividades lucrativas, está obligada a pagar impuestos al gobierno federal (artículo 31 constitucional), y para ello es necesario obtener el Registro Federal de Contribuyentes (RFC). Este trámite se puede realizar en los buzones fiscales instalados en las oficinas federales de Hacienda.

El exportador debe tomar en cuenta que el RFC es indispensable para: aprovechar los mecanismos de apoyo, como el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, solicitar devoluciones o acreditaciones del IVA, y realizar cualquier

trámite ante las dependencias del gobierno y las instituciones bancarias (abrir cuentas, recibir pagos del exterior, etc.).

Otros registros y la leyenda “Hecho en México”

Todo comerciante o industrial que esté dado de alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) está obligado a inscribirse, en enero de cada año o en el mes siguiente a la fecha del inicio de sus actividades, en el registro especial que se lleva en la cámara correspondiente o en las delegaciones de ésta. En ninguna dependencia aduanera se exige dicho registro ni tampoco es requisito para exportar.

Registro de marcas y propiedad industrial

En el comercio internacional resulta necesario proteger los derechos de propiedad industrial (invenciones, marcas o diseños comerciales), ya que tanto las marcas como las mercancías son susceptibles de plagio, lo cual deteriora la imagen de la empresa o de la mercancía y ello afecta la rentabilidad de los negocios.

Para evitar éstas prácticas, tanto México como otros países cuentan con leyes y organismos para la protección y el registro de los derechos de propiedad industrial.

Con motivo de la apertura comercial, en México se han realizado múltiples adecuaciones a las disposiciones legales que afectan el comercio exterior. En cuanto a los avances en la materia destaca la creación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, organismo descentralizado de la administración pública, cuya principal función es llevar el registro de patentes, marcas, diseños e invenciones, a fin de que toda persona o empresa quede protegida de cualquier plagio o piratería.

Leyenda o emblema “Hecho en México”

A fin de identificar el origen de los productos y crear una imagen de identidad tanto en el país como en el extranjero, la Norma NMX-Z-009-1976, establece con carácter de voluntario el uso del emblema o de la leyenda “Hecho en México” en los productos, etiquetas, empaques o envases de venta en el mercado interno. En el caso de las exportaciones se puede utilizar el idioma del mercado de destino, aunque debe hacerse conforme a las regulaciones no arancelarias que éste defina.

2.4.8 Apoyos de BANCOMEXT

El Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., es una de las instituciones que por sus mismas funciones, tiene mayor interés en facilitar y agilizar lo referente a la actividad exportadora de las empresas mexicanas.

Uno de sus principales objetivos es el de identificar y desarrollar empresas con oferta exportable, además de apoyarles con asistencia técnica para la adaptación de sus productos al mercado internacional.

BANCOMEXT cuenta con 36 oficinas en el extranjero, que cubren los mercados de destino de más de 90% de las exportaciones mexicanas no petroleras y que se ubican en los principales centros de negocios del mundo. También tiene establecidas en todo el país oficinas o direcciones regionales para dar apoyo a la comunidad exportadora.

Los principales servicios que ofrecen éstas representaciones son: Análisis de mercados, Detección y difusión de oportunidades de negocios, Identificación de importadores e inversionistas, Promoción de inversión extranjera, Apoyo en la participación en eventos internacionales, Desarrollo de proyectos comerciales.

Bancomext proporciona además los siguientes servicios al exportador:

- a) Información sobre estadísticas de comercio exterior, mercados y productos, directorio de proveedores, exportadores e importadores, regímenes legales y arancelarios, normas internacionales, acuerdos comerciales y tratados de libre comercio, entre otros.
- b) Asesoría en diferentes temas del comercio exterior que permiten al exportador planear sus operaciones internacionales.
- c) Capacitación y desarrollo de la cultura en materia de comercio exterior, a través de diplomados, talleres, seminarios y cursos con orientación totalmente práctica y enfocada a temas específicos.
- d) Asistencia Técnica a las pequeñas y medianas empresas exportadoras, a través de la canalización de recursos técnicos y económicos que les permitan mejorar sus procesos productivos, a fin de incrementar la calidad y competitividad de sus productos.

2.4.9 Documentos y trámites de exportación

De acuerdo con el procedimiento presentado por Bancomext en su guía básica del exportador, se pueden distinguir cuatro flujogramas relativos a igual número de etapas en cuanto a las exportaciones: análisis de la viabilidad inicial, análisis de la viabilidad real, proceso de exportación, y proceso de consolidación y perfeccionamiento de las exportaciones.

Análisis de la viabilidad inicial

- Evaluación de la capacidad de producción interna o de la capacidad instalada productiva ociosa
- Evaluación, ajuste y aprovechamiento de ventaja competitiva en cuanto a precios
- Evaluación, ajuste y aprovechamiento de ventaja competitiva en cuanto a calidad y empaque
- Análisis de las posibilidades en el mercado externo

Análisis de la viabilidad real

- Evaluación y ajuste técnico frente a barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado externo
- Determinación, solicitud de apoyos y adecuación de la capacidad financiera de la empresa para hacer frente a los requerimientos de la exportación
- Realización de actividades de promoción por medio de canales establecidos (consejerías, ferias y exposiciones, entre otras)

Proceso de exportación

- Inicio de las negociaciones
- Celebración de contratos
- Recepción de pedidos
- Preparación y adecuación de la logística (análisis de inventarios y orden de producción)
- Diseño de la operación: selección del programa de transporte, agente aduanal y de seguros
- Diseño del programa de cobro
- Seguimiento a destino final de la mercancías y cobro

Proceso de consolidación y perfeccionamiento de las exportaciones

- Evaluación y ajuste de la posición del producto en el mercado
- Afianzar o establecer alianzas estratégicas (diversificación de compradores, exclusividad, marcas privadas, entre otras)

- Monitoreo continuo y retroalimentación de comportamiento en el mercado.

Documentos principales

Los principales documentos utilizados para las exportaciones corresponden a la factura comercial, lista de empaque, despacho aduanal, certificación de calidad y cuantificación de mercancías.

Algunos de los principales trámites y procedimiento para exportar son los siguientes:

- Se requiere de un agente aduanal, que será el representante legítimo y solidario del exportador para tramitar el desaduanamiento de la mercancía de exportación.
- El agente aduanal elabora el pedimento de exportación.
- Al presentar el pedimento se paga el DTA. (Derecho de tráfico aduanero)
- El agente aduanal verifica los documentos.
- El embarque pasa al área de inspección del sistema aleatorio (semáforo fiscal) en caso de luz verde, hay desaduanamiento libre; en caso de luz roja, habrá inspección fiscal de la mercancía.
- Debe investigarse en qué casos se solicita un certificado de origen y cuáles son las restricciones para la importación en el lugar a donde se desea exportar (restricciones en materia de plomo, por ejemplo).

2.4.10 Requisitos fitosanitarios para la exportación de Frutas y vegetales en fresco de México a los Estados Unidos.

La exportación de un producto agrícola fresco de un país a otro, está limitada por las plagas y enfermedades que con este se puedan introducir al país importador. Si el país exportador tiene plagas o enfermedades atacando un producto, y este producto al ser exportado puede llevarlas a otro país donde estas no existen, entonces estará prohibida la importación del producto por parte del país importador.

Si el país exportador, puede garantizar que estas plagas o enfermedades no llegarán al país importador, entonces podrán de común acuerdo diseñar un protocolo de trabajo que así lo garantice.

País Exportador se denomina país exportador al país de donde viene el producto. En caso de que el país exportador no sea el país productor, el país de origen del producto debe cumplir con los requisitos fitosanitarios del importador. Igualmente, el producto debe haber sido manejado de tal manera que no se infecte/infeste en el país de tránsito.

Análisis de riesgo

El análisis de riesgo, es un proceso donde todos los insectos, bacterias, hongos y demás plagas que atacan el producto en el país de origen, son evaluados para determinar el nivel o probabilidad de daño que puedan causar estas plagas en el país importador. El análisis debe ser realizado por el país importador, sin embargo el país exportador puede generar el análisis y presentarlo para su evaluación por parte del país importador.

Las autoridades sanitarias del país exportador, o en su defecto el importador en destino, deben solicitar la elaboración de un análisis de riesgo a las autoridades sanitarias del país importador. Después de revisar el análisis de riesgo, y evaluar el riesgo, las autoridades sanitarias del país destino, pueden aceptar el producto sin tratamientos, o negar el producto hasta que un tratamiento cuarentenario le garantice a su juicio, que se está eliminando el problema o mitigando el riesgo de introducción de plagas o enfermedades.

Productos autorizados

Son aquellos productos autorizados para entrar al país destino. Algunos requieren de un tratamiento cuarentenario y otros no lo requerirán.

Tratamientos cuarentenarios

Se denominan, Tratamientos cuarentenarios, a la serie de procedimientos a los que se puede someter un producto para matar, eliminar o esterilizar las plagas de interés cuarentenario, y prevenir su ingreso a un territorio. Estos pueden ser:

1. Químicos: Fumigación, Aerosoles, Polvos Micronizados, Etc.
2. No Químicos:
 - A. Frio.
 - B. Calor: Agua O Vapor Caliente.
 - C. Irradiación.

Áreas libres

Áreas libres, son países completos, parte de un país, o todos o parte de varios países, que mediante muestreo extensivo e intensivo realizado por un tiempo considerable, demuestran fehacientemente la ausencia total o casi total de las plagas cuarentenarias, para las cuales se está muestreando. Incluye componentes de manejo dentro de su definición.

Áreas vigiladas

Las áreas vigiladas son aquellas cuyas poblaciones de plagas cuarentenarias que mediante muestreo extensivo e intensivo a través del tiempo, demuestran fehacientemente la ausencia total o casi total de las plagas cuarentenarias para las cuales se está muestreando, pero que no pueden cumplir con algunos de los componentes de manejo exigidos para clasificarlas como áreas libres.

Inspección

La inspección es la toma de muestras para revisar si se encuentran problemas fitosanitarios. Esta inspección puede hacerse:

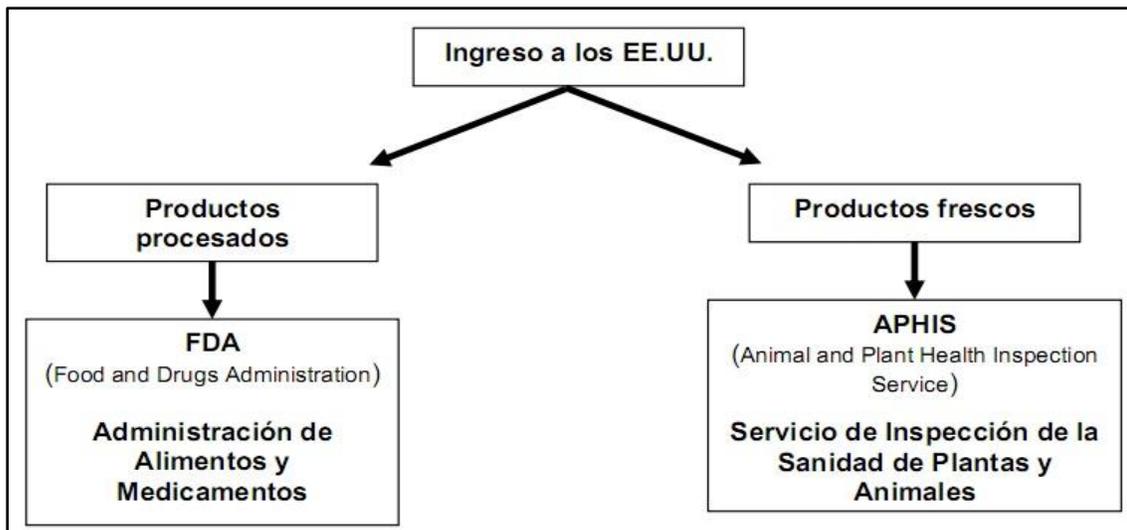
1. En el país de origen cuando existen acuerdos operacionales entre las autoridades fitosanitarias de los países, al igual que con todos los eslabones de la cadena tales como aeropuertos, transportadores y demás.

2. En el país destino para tomar decisiones cuarentenarias tales como:
 - a. Liberar el cargamento
 - b. Fumigar el cargamento
 - c. Incinerar el cargamento
 - d. Devolver el cargamento a origen

Tanto los productos que van a los E.U. como los que van a pasar por los E.U. necesitan evaluarse. Para ello, se debe conseguir una autorización que se puede solicitar y re-enviar vía e-mail en la página de APHIS. Debe llenar el documento y al enviarlo, se le entregará un número que usted debe guardar para referencia futura.

La entrada a los E.U. de productos frescos es manejada por USDA - APHIS, mientras que los productos procesados los maneja el Food and Drug Administration, FDA. Algunos ejemplos de productos procesados incluyen los jugos, pulpas extractadas de frutas, y la pulpa congelada.

Figura No. 6 Ingreso de producto fresco y procesado a E.U.



Fuente: obtenido de www.aphis.mx

Una de las funciones principales de las Oficinas Internacionales de USDA - APHIS es prevenir la entrada, establecimiento o dispersión de plagas y enfermedades de plantas y animales, y malezas nocivas a los E.U. APHIS maneja los asuntos pertinentes a la importación de animales y sus productos, y de plantas y sus productos. En APHIS el programa de Cuarentena y Protección de Plantas (PPQ), se encarga de lo referente a importaciones de plantas y sus partes, tanto para uso en propagación como para su consumo en los E.U.

¿Cuándo no puede entrar un producto E.U.?

Las frutas y vegetales pueden no ser aprobadas para su ingreso a E.U. por las siguientes razones:

- 1) Nadie nunca ha solicitado permiso para importar el producto a los E.U.
- 2) APHIS - PPQ no ha evaluado el riesgo de ingreso de plagas por importar la fruta o vegetal desde ese país.
- 3) APHIS - PPQ ha estudiado el riesgo de plagas, pero no puede emitir el permiso porque no existe un tratamiento que elimine el riesgo de introducir plagas a E.U.

4) Otra agencia del gobierno de E.U. distinta de APHIS -PPQ ha prohibido o restringido la entrada de la fruta o vegetal

5). Embargos comerciales del Presidente o el Congreso con países específicos.

Territorios donde pueden entrar frutas y vegetales

Los productos frescos pueden ingresar a los E.U. por diferentes puertos. Esto se debe a que algunas plagas no pueden sobrevivir al clima del norte, pero podrían hacerlo en el clima del sur. Por esta razón, los productos frescos se dividen de acuerdo al puerto de entrada a los E.U., de la siguiente forma:

ALL (Todos): Productos que pueden ingresar por todos los puertos de entrada, donde estén estacionados funcionarios de PPQ y su área de cubrimiento. (Esta definición incluye Guam, La Comunidad de Naciones de las Islas Marianas del Norte, Puerto Rico y las Islas Vírgenes Estado-Unidenses.)

NA (Atlántico Norte): Productos que pueden ingresar en los puertos del Atlántico Norte incluyendo a Norfolk, VA; Puertos de los Grandes Lagos, Canal de St. Lawrence; Puertos con la frontera del Canadá al este e incluyendo Dakota del Norte; Washington D.C. (Incluyendo Dulles) para despachos aéreos.

NP (Pacífico Norte) Productos que pueden ingresar en los puertos en el Pacífico al norte de California, incluyendo Alaska, puertos con la frontera con el Canadá, al oeste, incluyendo Montana. Excluyendo Hawái.

Para una mejor comprensión del proceso de producción, selección y exportación de un producto agrícola. En el siguiente punto se ejemplifica el proceso llevado a cabo por una empresa agroexportadora.

2.5 Proceso de exportación de la empresa CITREX (Cítricos de Exportación).

2.5.1 Descripción de la empresa y su proceso de exportación

Cítricos ex S.A. de C.V. Es una empresa familiar con un solo dueño situado en Martínez de la Torre, Veracruz, dedicada a la producción y comercialización de limón persa desde hace varios años, por lo tanto debido a las fuertes demandas del cítrico se vio en la necesidad de exportar.

La empacadora está en Martínez de la torre y recibe el limón por parte de proveedores y de las huertas propias y de igual forma se procesa, se distribuye hacia el mercado nacional que es Monterrey, ciudad de México, e internacional Alemania principalmente.

En cuanto al equipo de transporte cuenta con 5 tráileres con equipo de refrigeración para enviar el producto ya procesado, varias camionetas para recoger el producto en las huertas y llevarlo a la empacadora. En cuanto al personal cuenta con cincuenta de maquila, 4 choferes de compra, cinco choferes de tráiler, 6 personas que trabajan en el área administrativa, 2 supervisores y 20 cargadores eventuales.

Imagen No. 1 Transporte de CITREX S.A de C.V.



Fuente: Elaboración propia

2.5.2 Producto

El limón persa (*citrus latifolia tan*), o limón sin semilla, conocido en otros países como limón persa o de Tahití, ha adquirido una enorme importancia económica durante los últimos años en México siendo los principales productores Veracruz, Tabasco y Oaxaca.¹³

El limón persa se utiliza fundamentalmente para el consumo en fresco, sobre todo con fines de exportación, el resto de la producción se destina al mercado interno por la falta de calidad del producto.

La comercialización del limón persa en el mercado nacional está dirigida por la central de abasto y cadenas de supermercado, cabe destacar que cuando hay sobre producción los limones que no se aceptan para consumo en fresco son los que abastecen las jugueras locales.

De acuerdo a la empresa CITREX clasifica el limón en tres tipos de calidad según de acuerdo a su tipo de cliente como son:

Primera. La cual se exporta para Alemania

Segunda. La que se envía a mercados nacionales como Monterrey y México

Tercera, cuarta y torreón la que solo se envía a jugueras y se tira eventualmente.

2.5.3 Enfoque a clientes y mercado

Los clientes son parte importante para el buen funcionamiento de la empresa ya que sin ellos la empresa no podría permanecer en el mercado de cítricos.

Los clientes principales de la empresa son:

¹³ Obtenido de: www.oeidrus-veracruz.gob.mx

- Distribuidores o brokers en Alemania la empresa cuenta con un número específico de clientes debido a que es una mediana empresa y solo cuenta con una cantidad fija de producto.
- Supermercados y compradores en la central de abasto de Veracruz, Monterrey y México
- Jugueras locales en el Estado.

2.5.4 Proveedores:

Los proveedores también se consideran clientes y socios ya que deben saber las necesidades que deben llenar, pero también deben estar satisfechos con la empresa que les compra, en cuanto a pagos, buen trato y puntualidad.

La empresa CITREX cuenta con los siguientes tipos de proveedores:

- El proveedor directo: es la persona que lleva el limón persa, directamente a la empacadora.
- El proveedor indirecto: la empresa cuenta con compradores propios, esto significa que estas personas son las que van a los huertos a comprar el limón, ya que a veces los propios productores no cuentan con el medio de transporte, o bien por no tener tiempo para las maniobras de traslado a la empacadora. Otros Proveedores son los que proveen a la empresa el cartón para las cajas de limón, otros son los que proveen la cera y la grapa para sellar el cartón para sostener el limón.

2.5.5 Administración de proceso hasta la exportación y consumidor final

El proceso de producción consiste en la siembra de limón en las huertas cercanas a la empacadora, se utilizan ciertos productos especiales para su crecimiento y cuidado. También se tiene un encargado de vigilancia pero no está muy pendiente del limón.

Imagen No. 2 Huertas de limon de CITREX S.A de C.V.



Fuente: Elaboración propia.

Se presentan los siguientes pasos para la obtención del producto:

Primer paso: se corta el limón de los limonares y se junta en cubetas.

Imagen No. 3 Corte del limón



Fuente: Elaboración propia

Segundo Paso: se supervisa el limón para cerciorarse de que esté en buenas condiciones.

Tercer paso: Se vacía el limón en rejas de plástico y se sube al camión.

Imagen No. 4 El limón en rejas de plástico.



Fuente: Elaboración propia

Cuarto paso: por medio de un camión se lleva el limón hasta la empacadora.

Imagen No. 5 Traslado del limón a la empacadora



Fuente: Elaboración propia

Paso 5: se vacía el limón

Imagen No. 6 Acarreo de limón Para procesarse



Fuente: Elaboración propia

Paso 6: descanicador. Sale el limón pequeño para mercado nacional

Imagen No.7 Procesamiento de limón



Fuente: Elaboración propia

Paso 7: mesa de selección sale la segunda calidad y el sobrante para el mercado nacional

Paso 8: se lava el limón

Paso 9: encerado

Paso 10: secado del limón

Paso 11: nueva selección para evitar mala calidad

Paso 12: separador de tamaños. Para el mercado internacional

Imagen No. 8 Separador de limón por tamaño



Fuente: Elaboración propia

Paso 13: empaque se coloca el limón en las cajas

Paso 14: 40 libras equivalentes a 18 kilos

Paso 15: cierran las cajas

Paso 16: Estiban las cajas

Imagen No. 9 Limón empacado en cajas



Fuente: Elaboración propia

Paso 17: Se completa el empaque y se sube al camión listo para el mercado nacional e internacional.

Imagen No. 10 Camión listo para transportar el limón



Fuente: Elaboración propia.

2.6 Comercio exterior de Veracruz

El Estado de Veracruz tiene una economía de libre mercado orientada a las exportaciones, su economía contiene una mezcla de industrias y sistemas agrícolas modernos y tradicionales, ambos dominados cada vez más por el sector privado.

Sin embargo, los gobiernos recientes han expandido la competencia con moderna infraestructura marítima y de telecomunicaciones, siendo así, una economía orientada a las exportaciones, más del 90% del comercio exterior se encuentra regulado en Tratados de Libre Comercio (TLC), con más de 40 países, incluyendo a la Unión Europea, Japón, Israel y varios países de la América Central y la América del Sur; entre ellos el más importante es el TLCAN, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, con Estados Unidos y Canadá.

Veracruz es uno de los Estados más dinámicos de la República Mexicana, por su variedad de actividades comerciales, sus puertos mercantes, en él se ubica el Puerto de Veracruz, el más importante del país, ya que a través de él, se opera el 60% de las exportaciones e importaciones de nuestro país. Por su situación geográfica es un punto estratégico en la relación de México con el resto del mundo. Por otra parte cuenta con abundantes recursos naturales que permiten el desarrollo la agricultura y la ganadería.

Este territorio se ha constituido como la puerta al mundo empresarial debido a que su infraestructura en comunicaciones y transportes no sólo permite el comercio interno sino también el intercambio internacional. Cuenta con un aeropuerto internacional ubicado en la ciudad de Veracruz, y dos aeropuertos más para vuelos nacionales.

Veracruz también ofrece rutas que facilitan el comercio marítimo a Europa y al este de Estados Unidos, principalmente. Actualmente operan en el Estado ocho puertos: Tuxpan, Veracruz, Coatzacoalcos y Pajaritos, que están registrados como puertos de altura y cabotaje, y Tecolutla, Nautla, Alvarado y Tlacotalpan, que operan solo cabotaje y se dedican a actividades pesqueras y turísticas.

En vías de comunicación terrestres cuenta con un sistema carretero de poco más de 16 mil kilómetros, que representan el 5.1 % del total nacional. La red ferroviaria consta de mil 806.6 kilómetros que equivalen al 6.8 % de la red nacional, la cual moviliza 10.5 millones de toneladas de productos anualmente.¹⁴

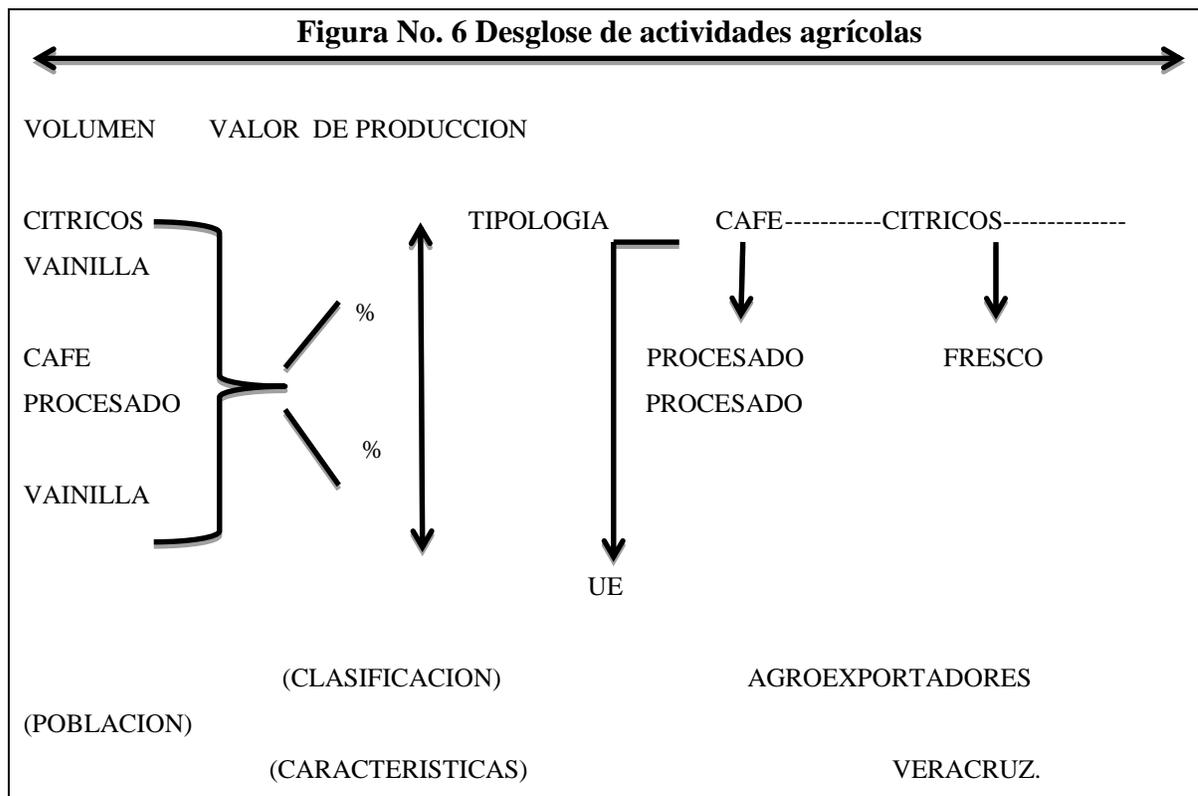
2.6.1 Empresas en el Estado de Veracruz

La Comisión Veracruzana de Comercialización Agropecuaria (COVECA), tiene el propósito de incorporar mecanismos que faciliten y mejoren la comercialización de los productos del campo veracruzano, dentro de estos mecanismos se contempla la publicación de información que sirva como marco de referencia para la consulta y gestión en el proceso de Comercialización. Para ello se coordina con las dependencias estatales y municipales y con los productores agropecuarios para la generación de información relativa a la exportación de sus productos.

Uno de los objetivos más importantes de este trabajo es el poder identificar como se clasifican los agroexportadores mediante las 24 encuestas consideradas de un padrón existente de 134 dando como resultado una tipología de productores en el Estado de Veracruz y con la finalidad de contar con una herramienta que permita determinar las características más importantes de este grupo mediante la vinculación directa. Para lo cual se describe que es tipología.

Tipología: esta es aplicada en diversos campos de estudio sin embargo en esta investigación se enfoca a las exportaciones es decir realizar una clasificación de diferentes elementos, siendo el número de empleados con que cuentan el elemento de tal clasificación.

¹⁴ Obtenido de : <http://www.apiver.com/apiver/es/acerca-del-puerto/vias-de-comunicacion>



Fuente: Elaboración propia

2.7 La tipificación y la estratificación

Son herramientas que aplicadas adecuadamente nos permiten conocer de manera precisa los agroexportadores para este caso con la captura de los diferentes niveles de información tomados en el campo, bajo la premisa de homogenizar los diferentes resultados adquiridos y a través de la verificación se pretende afinar cada tipificación e incrementar la información existente.¹⁵

La estratificación es lo que clasifica las empresas agroexportadoras ya sea por el volumen de su exportación el valor de exportación, destino de exportación, características específicas demandadas de los productos, certificaciones que poseen e información recopilada sobre una característica de calidad.

¹⁵ Obtenido de : www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/protocolo-para-la-evaluacion-de-un-area-ecologica.htm

Por otra parte es muy necesario dejar claro lo que es el comercio exterior, por lo tanto aquí se explica. Es la importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy día para el logro del desarrollo integral de las naciones.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del concurso y apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

Las condiciones climatológicas propias de cada nación la hacen intercambiar con zonas donde producen bienes necesarios para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre naciones. El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que a su vez ellos producen mejor.

Al analizar la economía debemos de revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos con fines internacionales. La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración.

La economía internacional plantea el estudio de los problemas que plantean las transacciones económicas internacionales, por ende cuando hablamos de economía internacional es vincular los factores del comercio internacional. Comercio exterior es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países. Los datos demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico.

La teoría económica señala convincentes razones para esa relación. Todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos -humanos, industriales, naturales y financieros- que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior.

La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Dicho simplemente, el principio de la "ventaja comparativa" significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor.

CAPÍTULO III

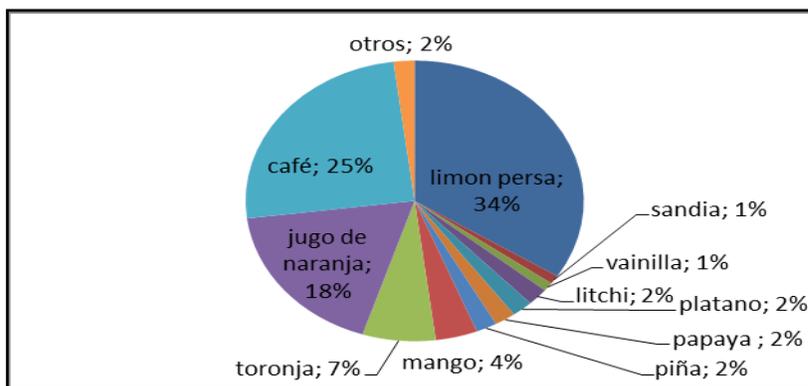
ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DEL ESTADO DE VERACRUZ

El objetivo del desarrollo de este capítulo, es exponer el análisis de información del estado de Veracruz, referente a los principales productos de exportación, destacándose a la vez los principales mercados de destino, la problemática que enfrentan las empresas, el nivel tecnológico utilizado y la concentración de las empresas agropexportadoras en el estado, entre otra información. Cabe destacar que en el desarrollo de este capítulo se considero información racabada en campo y de bases de datos disponibles, principalmente del OIDRUS del estado de Veracruz. En cuanto al análisis de empresas agropexportadoras del estado de Veracruz, según su tamaño se expone en el siguiente capítulo.

3.1 Productos agrícolas que se exportan en el estado de Veracruz

Existen cerca de 30 productos agrícolas que se cultivan en Veracruz, destacando algunos que son de importancia porque se destinan al consumo humano directo y otros porque se canalizan al mercado exterior con la consecuente generación de divisas para el país. Entre los primeros se encuentran los cítricos como el más representativo, el café, la naranja, el mango y la piña, plátano menos dinámicos pero impactan en las exportaciones. Esto lo pueden observar en la Gráfica No 4.

Gráfica No. 4 Principales productos exportados en Veracruz



Fuente: Elaboración propia con datos de campo

En la gráfica se aprecia los productos exportados para los cuales se expidió un Certificado Fitosanitario Internacional, con sus respectivos porcentajes de participación en la exportación.

Del análisis realizado se identificaron 25 productos exportados entre los que destacan: limón persa que representa el 34% de las exportaciones, el café con el 25% , con el 18% jugo de naranja, con 7%, con el 4% la toronja , seguido de mango, papaya, plátano y vainilla, cada uno con más del 2%. Estos productos representan un total del 95.4 de las exportaciones de los CFI's, (Certificados Internacionales) el resto lo componen otros productos como tabaco, sandía, chayote, jugo concentrados congelados de limón, toronja, piña, sandia, jícama y lichi.

Por otra parte cabe mencionar la estacionalidad que poseen los productos agrícolas exportados en Veracruz. Esta producción de casi todo el año se debe a la singular diversidad geográfica que posee Veracruz, aunada a la fertilidad de sus suelos, ofrece la oportunidad para el establecimiento de una inmensa variedad de cultivos y una amplia gama de derivados que ofrecen grandes posibilidades para su desarrollo. Por lo tanto podemos observar en el Cuadro No 1 que el estado la mayor parte del año se encuentra tanto produciendo como exportando su gran variedad de productos.

Cuadro No. 1 Estacionalidad de los productos exportados en Veracruz

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Jugo de limón					x	X	x	x				
jugo de naranja	x	x	X	X	x						x	x
Jugo de tangerina										x	x	x
Jugo de piña	x	x	X	X	x	X	x					
Limón	x/r	x/r	x/r	x/r			x	x	x	x	x	
Litchi	x				x	X	x					x
Mango					x	X	x	x				
Naranja	x	x	X									
Toronja									x	x	x	
Vainilla	x											X

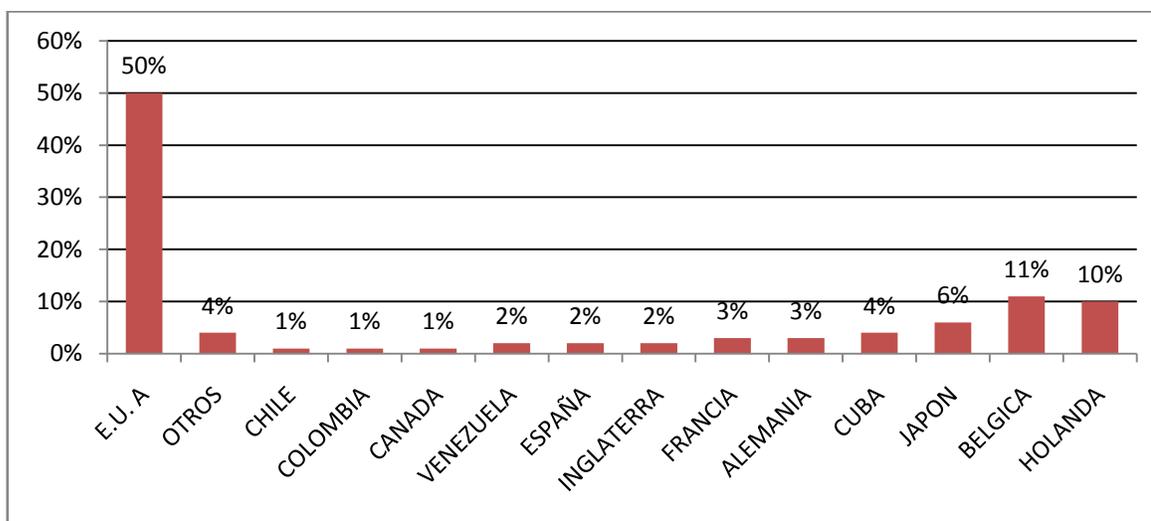
Fuente: Elaboración Propia con Datos de campo

Nota: la simbología utilizada x/r significa producción por riego

Desde tiempo atrás en Veracruz se ha otorgado interés a las exportaciones agrícolas, Con una población creciente, una economía en expansión y un sector agrícola cada vez más orientado al mercado de exportación. Veracruz tiene varios socios comerciales que observaremos en la siguiente grafica No.5. Sin embargo, uno de los principales socios es Estados Unidos, aunque es necesario que el mercado de Veracruz deba expandirse. Destino de los productos exportados para los cuales se emitió un certificado fitosanitario internacional.

Los países que recibieron productos amparados por Certificado Fitosanitario Internacional, estuvieron sujetos a las disposiciones fitosanitarias, asegurando que los productos fueran inspeccionados y se encontraran libres de plagas y enfermedades perjudiciales a la agricultura. En esta grafica podemos apreciar que el 50% de las exportaciones de Veracruz son para Estados Unidos siguiendo con un 11% y 10% respectivamente, Bélgica y Holanda.

Gráfica No. 5 Principales destinos de productos agrícolas exportados en Veracruz



Fuente: Elaboración Propia Con Datos De Campo

El crecimiento de las exportaciones agrícolas está fuertemente concentrado en cinco productos: 1) limón persa, 2) toronja, 3) café, 4) azúcar, 5) jugos concentrados. Todos exportados a terceros mercados en especial a Estados Unidos, Holanda, Alemania, Reino

Unido. Otras exportaciones que crecieron en los últimos años fueron: piña, mango, sandía, plátano, jícama, chayote

Actualmente se dedican miles de ha al cultivo de productos de exportación. Más de la mitad de estas ha están sembradas en 5 cultivos que se producen en la región desde hace muchos años: limón, café, naranja, azúcar, vainilla. El 50% de las exportaciones agrícolas corresponde a Estados Unidos, Bélgica y Holanda.

Las empresas grandes que exportan tienen programas formales de investigación que trabajan de forma simultánea con varios países, lo cual les permite tener saldos positivos. Usan tecnología compleja. Son casi las únicas empresas con programas formales de capacitación para sus técnicos. Muchas de ellas proporcionan asistencia técnica y material genético con quienes se tiene contrato de producción.

Las empresas medianas pues este grupo aporta gran parte de la producción casi todos son exportadores, además de ser productores pero del total de los productores menos de 20 son los que producen la mayor parte de exportaciones.

Los empresarios cuentan con suficiente capacidad tecnológica; y un buen porcentaje de ellos son agrónomos o al menos tienen un agrónomo que trabaja en la empresa. Reciben publicaciones técnicas del extranjero, tienen consultores técnicos. Viajan para conocer experiencias en otros lugares y para consultar con especialistas, y algunos mandan sus técnicos al exterior para estudiar o asistir a seminarios. Muchos son extranjeros y tienen acceso a información técnica y de mercado en sus países de origen.

Los empresarios grandes generan conocimiento nuevo haciendo investigación a través de un proceso de prueba y error. La información que se genera no es de dominio público. Sin embargo se puede decir que cuentan con tecnología buena. No significa que todos manejen bien sus exportaciones muchos quiebran o experimentan dificultades debido a problemas. Y por lo observado se refleja el manejo modelo de empresas exportadoras y productoras así como deficiencia en otras tanto en manejo tecnológico como en proceso de exportación.

También se pudo observar que la gran mayoría de los entrevistados, es decir un grupo importante de dueños de empresas medianas y grandes actúa principalmente más de inversionista que de productor.

3.2 Problemáticas de las agroexportaciones en Veracruz

Por todo lo mencionado en los párrafos anteriores podemos observar que el Estado de Veracruz tiene una ubicación geográfica estratégica cuenta con uno de los puertos más importantes del país y tiene acceso a las principales rutas comerciales como Europa y Estados Unidos.

Veracruz tiene gran riqueza de recursos naturales y debido a la apertura comercial exporta cítricos pero a baja escala, que quiere decir esto? Los recursos están pero no se explotan adecuadamente y si el estado no cuenta con un modelo de tipología de agroexportadores no podrá prosperar. Sin embargo, si tenemos esta herramienta el futuro del sector agrícola será otro se podrán formular políticas adecuadas a su realidad que en verdad beneficien a los productores.

También Veracruz es un gran productor agrícola y eso lo hace tener gran potencial para realizar exportaciones sin embargo a su vez existen otra serie de problemas que aunado a lo anterior limitan las exportaciones uno es debido a la aplicación de normas sanitarias y fitosanitarias por la alta competitividad en los mercados. Es decir se han establecido reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los productos con arreglo a los criterios que cada país considera apropiados.

Entonces el más importante es la baja productividad en campo por factores fitosanitarios y mal manejo integrado del cultivo, otro problema muy grave es el excesivo intermediarismo en la comercialización y a su vez tampoco existen normas oficiales de calidad en muchos casos por ejemplo de empaque, de origen, de etiquetación en productos procesados, de movilización de productos. Existen escasos esfuerzos de promoción comercial, existe Oferta excesiva de fruta en períodos cortos de tiempo, debido a la falta de diversificación

de variedades de cítricos, que reducen considerablemente los precios de venta y rentabilidad de la actividad agrícola y principalmente citrícola y un bajo conocimiento tecnológico de los productores.

3.3 Tecnología utilizada por las empresas que exportan

La importación de tecnología es relevante para los cultivos de exportación, debido a la falta de conocimiento nacional y a la necesidad de reunir las especificaciones exactas que rigen en los mercados internacionales. Eso implica la necesidad de crear mecanismos ágiles y eficientes para importar, puede consistir en bienes físicos eje. Equipos de riego, agroquímicos y para el caso específico de cítricos pulidoras, enceradoras y maquinaria de clasificación del producto cumpliendo con los estándares que demandan los mercados internacionales.

Sin embargo el estudio demuestra que no se puede importar toda la tecnología, es decir se identificaron pocos rubros de exportación exitosa donde no hubo adaptación de tecnología. Y esta adaptación se debe a los tipos de suelo, clima, presencia de plaga, enfermedades.

Generalmente los problemas tecnológicos aparecen cuando ya paso algún tiempo. Cuando el cultivo se siembra por primera vez existen pocas plagas y enfermedades con el tiempo aumentan los problemas. El crecimiento de la producción satura los mercados y los vuelve más competitivos. Esto permite a los compradores exigir mayor calidad.

3.4 Exigencias del mercado externo

Los mercados para muchos cultivos para el caso de Veracruz por ejemplo: la piña, el limón, la toronja, el mango, el café, la vainilla demandan más en cuanto a calidad y especificaciones a la hora del proceso de exportación. Para ser exportados estos productos necesitan una presentación adecuada como color, tamaño, olor, forma, ausencia de manchas, ausencia de ralladuras, ausencia de magulladuras, también el bróker exige que el producto esté disponible en la fecha requerida y por supuesto que cumpla con los requisitos

legales de inocuidad y requisitos fitosanitarios por ejemplo ausencia de residuos de agroquímicos y que tengan un buen manejo pos cosecha, acatar las exigencias del mercado en cuanto empaque y embalaje.

Todos estos productos son perecederos que requieren un manejo post- cosecha cuidadoso ya que estos tienden a atraer plagas y enfermedades por eso los cultivan bajo condiciones que refuerzan estos aspectos.

Por todo esto, en los aspectos de apoyo tecnológico es esencial incorporar información sobre los requerimientos de los mercados. El ingeniero o técnico encargado tiene que conocer bien estos requisitos y manejar la tecnología adecuada para cada cultivo.

Eso es más fácil si se trabaja en un programa que también se preocupa por aspectos de comercialización y en este estudio se identificaron al menos 12 organismos que realizan las siguientes funciones: nos proporciona promoción, diseño, empaque, viáticos para ferias internacionales y exposiciones, ayuda con toda la mercadotecnia, apoyos con stands informativos así como envió de muestras a los posibles mercados potenciales.

Las particularidades de estos mercados influyen sobre el tipo de tecnología que se desarrolla. Estos mercados exigen determinada presentación para los productos. Para la mayoría de las exportaciones el tamaño del mercado mundial es reducido ya que en el mundo crecen rápidamente y se vuelven mercados altamente competitivos.

3.5 Concentración de la producción de cítricos en el Estado de Veracruz de acuerdo al OEIDRUS -Veracruz del año 2006 al 2010

La producción de cítricos se concentra en 5 municipios productores, así como en 5 empresas que generan el mayor valor en producción.

Cuadro No. 2 Principales Municipios en Veracruz por volumen de Producción de cítricos (Toneladas)

Municipios	2006	2007	2008	2009	2010
Martínez	182,787	143,948	143,022.20	173,789	294,246.02
Álamo	63,239	43,309	43,923	46,540	73,520
Atzalan	45,889	35,581.80	36,314.50	37,980	57,234.72
Papantla	9,100	8,735	7,580	5,500	21,100
Tlapacoyan	16,010	16,500	3,035	16,610	16,820
Total	381,419.98	318,047.59	2,88,752.40	355,292.45	545,395.28

Fuente: obtenido de www.oeidrus-veracruz.com.mx

En el cuadro se puede observar claramente que el municipio de Martínez De La Torre es el principal productor lo que quiere decir que si se le aplica a adecuadamente el modelo de tipificación sus exportaciones podrían verse beneficiadas en gran proporción.

En el siguiente cuadro podremos observar los valores de producción generados anualmente por las principales empresas posicionadas en el estado de Veracruz

Cuadro No. 3 Principales empresas en Veracruz por valor de la producción de cítricos (miles de pesos)

Empresa	2006	2007	2008	2009	2010
Citrex	286,261.50	237,033.20	252,350.87	208,545.80	504,316.69
Agriver	94,858.50	69,294.40	75,547.56	55,848	124,984
Agrolatin	79,731.50	62,505.66	67,952.57	45,576	100,539.54
Prolime	7,440	17,470	10,612	5,500	37,347
Frutver	47,498.65	34,542.30	6,630.59	41,542.50	38,703.50
Total	637,496.17	542,244.60	512,403.48	521,434.64	979,393.07

Fuente: elaboración propia con datos de campo

3.6 Esquema de clasificación de los agroexportadores

Para el desarrollo de la Tipología de agroexportadores, es necesario interpretar todas las variables a su entorno. En este sentido anotamos que la misión es mejorar el nivel de vida del productor agropecuario y desde luego incrementar sus exportaciones, su visión es lograr el desarrollo sustentable de sus unidades económicas.

Como resultado de la investigación documental así como de los recorridos de campo realizados para esta investigación se identificó diversas variables para los siguientes factores de clasificación.

3.7 Identificación de tipos de exportadores.

Esta se hizo para los tipos de Producción, exportación y se consideraron las siguientes variables Identificación de tipos de productores que exportan, número de empleados promedio por empresa, porcentajes destinado al mercado nacional e internacional, Unidad económica de producción y sus características, Asistencia técnica. Factor determinante para la productividad, Créditos

Por la tanto se definen tres estratos para los agroexportadores de Veracruz, estos se estratifican por su nivel socioeconómico y tipo de organización jurídica. Pequeñas empresas con un nivel bajo de ingresos, empresas medianas con un nivel intermedio y grandes empresas con un nivel comercial o Empresarial altamente competitivo (exportadores). Para cada estratificación se definieron una serie de estándares correspondientes. Que enseguida se exponen.

Tamaño de las unidades de producción. Para definir el tamaño de las unidades de producción, se tomó en cuenta los resultados de la investigación documental para cada uno de los estratos.

En cuanto al nivel socioeconómico y cultural. Este concepto está íntimamente ligado a la educación principalmente. A mayor educación se tiene un mejor manejo tecnológico de las unidades de producción, derivándose mayor rendimiento. Así como porcentaje de exportación siendo esta la variable principal y destinos de su exportación.

Cabe también mencionar que existen otros estándares para medir la rentabilidad y desempeño de las empresas agroexportadoras como las alianzas estratégicas que han probado su efectividad en la dinámica de negocios actual, que se caracteriza cada vez más

por la velocidad del cambio, el poder de los consumidores y la utilización de la tecnología en actividades cotidianas, en las relaciones entre las empresas y sus clientes o consumidores.

Las alianzas representan un enfoque de extensión es decir de crecimiento de una corporación, que mantienen a las empresas involucradas íntimamente conectadas. Por lo tanto las empresas con acuerdo de cooperación requieren ser tratadas desde una perspectiva específica.

De esta forma las grandes empresas se vuelven mayores y también hemos visto caer a los que parecían invencibles, la realidad de los países muestra sus fortalezas y debilidades ante una crisis.¹⁶

La tecnología es un factor clave para competir en los mercados para exportaciones agrícolas. Resultados de las encuestas exponen que las Empresas internacionales producen la cuarta parte de las exportaciones, empresarios medianos y grandes 40% y pequeños productores 35 % y aquí se analizan las características de cada uno de estos grupos.

Los pequeños productores tienen desventajas significativas en cuanto a la tecnología. Por lo tanto crear una capacidad tecnológica que les permita la exportación sostenida de un producto requiere de por lo menos diez años. No se puede hacer en poco tiempo.

Existen instituciones que realizan actividades de investigación y transferencia de tecnología para algunos cultivos e incluyen: Promoción de exportaciones, Investigación, Asociaciones de productores, Empresas, Casas comerciales, Empresas privadas que compran bajo contrato, Cooperativas, Programas, Servicios públicos, Promexico, Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones (SAGARPA)

¹⁶ Porter Lynch Robert. Guía de las Alianzas en los Negocios

3.8 El sector de los cultivos de exportación

En el 2010 Veracruz exporto productos agrícolas por un valor aproximado de \$ 525 millones, 80% más que años anteriores y esto representa el 3% de las exportaciones del país.¹⁷ Concentrándose como se menciona anteriormente en cinco rubros.

Actualmente se dedican miles de ha al cultivo de productos de exportación. Más de la mitad de estas ha están sembradas en 5 cultivos que se producen en la región desde hace muchos años: limón, café, naranja, azúcar, vainilla.

Las empresas grandes tienen programas formales de investigación que trabajan de forma simultánea con varios países, lo cual les permite saldos positivos. Usan tecnología compleja y mantienen un seguimiento de análisis de suelos. Son casi las únicas empresas con programas formales de capacitación para sus técnicos. Muchas de ellas proporcionan asistencia técnica y material genético con quienes se tiene contrato de producción.

Las empresas medianas, este grupo aporta gran parte de la producción casi todos son exportadores, además de ser productores pero del total de los productores menos de 20 son los que producen la mayor parte de exportaciones.

Los empresarios cuentan con suficiente capacidad tecnológica; y un buen porcentaje de ellos son agrónomos o al menos tienen un agrónomo que trabaja en la empresa. Reciben publicaciones técnicas del extranjero, tienen consultores técnicos. Viajan para conocer experiencias en otros lugares y para consultar con especialistas, y algunos mandan sus técnicos al exterior para estudiar o asistir a seminarios. Muchos son extranjeros y tienen acceso a información técnica y de mercado en sus países de origen.

¹⁷ Obtenido de : <http://www.oeidrus-veracruz.gob.mx>

Los empresarios grandes generan conocimiento nuevo haciendo investigación a través de un proceso de prueba y error. La información que se genera no es de dominio público. Sin embargo decir que cuentan con tecnología buena.

No significa que todos manejen bien sus exportaciones muchos quiebran o experimentan dificultades debido a problemas. Y por lo observado en los resultados se refleja el manejo modelo de empresas exportadoras y productoras así como deficiencia en otras tanto en manejo tecnológico como en proceso de exportación.

También se pudo observar que la gran mayoría de los entrevistados, es decir un grupo importante de dueños de empresas medianas y grandes actúa principalmente más de inversionista que de productor.

3.9 Estrato de pequeñas empresas productoras exportadoras.

Por este segmento se entienden aquellas empresas que tienen \pm 20 hectáreas y un bajo o difícil acceso a las diversas fuentes de capital. Estos se dedican generalmente a exportar sin utilizar prácticas complejas o costosas por ejemplo (naranja, limón, plátano) y nunca producen cultivos que requieren de alta tecnología.

Los que han tenido éxito en las exportaciones se debe a que ya llevan bastantes años y mucha experiencia en sus cultivo. Pero tienen muchas desventajas:

1. Tienen escaso recursos para hacer investigación y experimentar
2. Consiguen menos información técnica y de mercado de otros países y regiones.
3. Cuesta mucho por cada ha sembrada.
4. Al no tener el financiamiento para aplicar todas las practicas necesarias, los pequeños productores tienden a hacer sustituciones que reducen la calidad o los rendimientos, o que provocan problemas fitosanitarios
5. Usan bombas de mochila que no permiten una aplicación uniforme de los plaguicidas y fertilizantes, y todo lo contrario con los grandes. También tienen

una acceso limitado a análisis de suelos y análisis foliares y no mantienen registros de costos todo esto afecta sus exportaciones.

6. La falta del manejo de inglés es otro problema

Ninguno de estos problemas necesariamente descarta la posibilidad de que no exporten y produzcan de forma competitiva. También entran otros factores benéficos como costo de supervisión de trabajo y factores políticos. Incluso aspectos tecnológicos donde tienen ventajas. Tienen sistemas de producción diversificados les ayuda a controlar plagas y a veces a manejar la fertilidad del suelo.

CAPÍTULO IV

SITUACIÓN DE LAS AGROEMPRESAS EXPORTADORAS EN EL ESTADO DE VERACRUZ SEGÚN SU TAMAÑO

El objetivo de este capítulo es el de hacer una descripción de las agroempresas en el Estado de Veracruz con el fin de dar a conocer su situación actual en tanto a su capacidad para exportar productos frescos y procesados así como para diversificar su mercado, conocer los tipos de apoyo por parte de organizaciones y gobierno con los que cuentan y están recibiendo las pequeñas, medianas y grandes empresas para apoyarse en sus procesos de exportación.

4.1 Procedimiento para la clasificación y caracterización de agropempresas

En la primera etapa de la investigación fue definir las unidades de análisis de la investigación, siendo las empresas que exportan productos agrícolas y que se encuentran ubicadas en el estado de Veracruz, partiendo del directorio de la COVECA (2011) en el que se encuentran registradas 134 empresas agroexportadoras, y que son expuestas de forma resumida en el cuadro 4 de este capítulo, agrupándose las empresas en función de la forma de como se exporta el producto (fresco o procesado), el tipo de producto y mercado de destino.

Partiendo de esta población, se elige encuestar a 35, sin embargo por la cantidad y calidad de la información recabada, solamente se consideró a 24 de estas empresas, que representan el 17.9%, del total de los registros de la COVECA. En primera instancia en este capítulo se expone información, considerando las 24 agroempresas, para posteriormente, analizar la información por tipo de empresa: pequeñas, medianas y grandes empresas.

Cabe destacar que el muestro aplicado pertenece al muestro no probabilístico que según Rojas Soriano (1998) la “utilización de este tipo de muestro se justifica por la comodidad y

la economía, pero tiene el inconveniente de que los resultados de la muestra no pueden generalizarse para toda la población, encontrándose el de Cuotas y el Intencional o Selectivo”, siendo este último tipo de muestro considerado en el estudio, que según el mismo autor, “se utiliza cuando se requiere tener casos que puedan ser “representativos” de la población estudiada, la selección se hace de acuerdo al esquema de trabajo del investigador. Si bien este muestreo no es probabilístico permite, en cambio, la obtención de datos relevantes para el estudio”.

4.2 Empresas exportadoras del Estado de Veracruz

Las empresas agropexportadoras del estado de Veracruz, están registradas en la Comisión Veracruzana de Comercialización Agropecuaria (COVECA), cuyo propósito es incorporar mecanismos que faciliten y mejoren la comercialización de los productos del campo veracruzano, dentro de estos mecanismos se contempla la publicación de información que sirva como marco de referencia para la consulta y gestión en el proceso de Comercialización. Para ello se coordina con las dependencias estatales y municipales y con los productores agropecuarios para la generación de información relativa a la exportación de sus productos. De acuerdo a la forma de exportación del producto, según registro de la COVECA (134 agroempresas) del año 2011, en el siguiente cuadro se presenta un resumen del número de empresas, productos exportados y mercados de destino.

Cuadro No. 4 Número de agroempresas y mercados destino de productos agrícolas del Estado de Veracruz.

Exportación	No. de empresas	Productos principales	Mercado destino principal
Fresco	111	Limón persa, café, papaya, piña, naranja	Los principales destinos son E.U., Canadá, Europa, Japón
procesado	23	Jugo Concentrado de limón ,concentrado de piña, limón seco sin semilla, extracto de vainilla, concentrado de toronja	Siendo los principales destinos. E.U. Holanda, Inglaterra, Alemania, España, Italia, Bélgica.
Total	134	25 productos	26 países

Fuente: Elaboración propia con datos de la COVECA, 2011

En base a esta información, y bajo este contexto permitió a través de la aplicación de encuestas caracterizar más a fondo las empresas consideradas en el estudio, y cuya información permite tener un acercamiento a la situación del total de las empresas que conforman la COVECA, exponiendo el análisis de las 24 empresas agroexportadoras encuestadas permitiendo identificar la situación y problemática en la que se encuentran las empresas según su tamaño.

4.3 Análisis de las empresas agropexportadoras según tamaño

Para realizar la tipología de agroexportadores de esta investigación se tomo en cuenta la clasificación proporcionada por la Nacional Financiera publicada en junio de 2009 en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en la cual se enuncia:

La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa tiene como objeto promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad, así como incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional.

Que de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se considera necesario establecer una estratificación que partiendo del número de trabajadores tome en cuenta un criterio de ventas anuales, con el fin de evitar la discriminación en contra de empresas intensivas en mano de obra y de que empresas que tienen ventas significativamente altas participen en programas diseñados para micro, pequeñas y medianas empresas, se expide el siguiente acuerdo:

Primero. El presente Acuerdo tiene por objeto establecer la estratificación bajo la cual se catalogarán las micro, pequeñas y medianas empresas, para efectos del artículo 3, fracción III, de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Segundo. Se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, de conformidad con los siguientes criterios:

Cuadro No. 5 Clasificación De Las Empresas

ESTRATIFICACION		
TAMAÑO	SECTOR	RANGO DE NÚMERO DE TRABAJADORES
Micro	Todas	Hasta 10
Pequeña	Comercio	De 11 Hasta 30
	Industria Y Servicios	De 11 Hasta 50
Mediana	Comercio	Desde 31 Hasta 100
	Servicios	Desde 51 Hasta 100
	Industria	Desde 51 Hasta 250

Fuente: Elaboración propia con datos del Diario Oficial de la Federación junio de 2009

La clasificación de las 24 empresas consideradas en el estudio y de acuerdo al criterio del número de empleados, en primera instancia se determinara el número de empresas en cada tipo de clasificación, el promedio de personal ocupado, experiencia en la exportación, su ubicación, productos exportados y mercados destinos principalmente, finalizándose con la exposición de información referente a la problemática enfrentada por cada tipo de empresa exportadora.

Cuadro No. 6 Datos generales de las empresas

Tipo de empresa	No.	%	No. de empleado Promedio	Experiencia promedio
Pequeña 1-50	10	41.66	30	7.8 años
Mediana 51-100	10	41.66	70	15 años
Grande + 100	4	16.66	120	31 años
Total	24	100.00	73	14 años

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

De la muestra seleccionada en primera instancia fueron 35¹⁸ pero al momento de procesar y analizar la información se encontró escasez de información en algunas encuestas por lo tanto se procedió a eliminarlas quedando solamente 24 con la información suficiente. Cabe señalar que de las 35 encuestas aplicadas 20 se realizaron por la vía correo electrónico y las 15 restantes por la ubicación y fácil acceso se realizaron de forma directa.

Cuadro No. 7 Ubicación de las empresas

Tipo de empresa	Concentración	Org. Jurídica	Análisis
Pequeña	Martínez de la torre	S.A de C.V.	Por el monto de inversión, que implica ampliar, espacios en otros lugares. e inclusive por solamente dedicarse a un producto, que se concentra su producción en su mayoría en Martínez de la Torre.
Mediana	Xalapa, Martínez, poza Rica	S.A de C.V.	Por la necesidad de ampliarse, hacia las áreas de cercanas a los productos que manejan, debido a que en su mayoría estas empresas manejan dos o más productos, e inclusive productos procesados. Se identifica su concentración
Grande	Martínez, Veracruz, Tuxpan	S.A de C.V.	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

Es importante destacar que la figura jurídica, implica la formalidad de actuar en un mercado, partiendo de que las transacciones formales de compra y venta, requiere obligatoriamente de los países origen y destino, estar registradas y cumplir con todos requisitos pertinentes.

Cuadro No. 8 Mercado destino de las exportaciones

Tipo de empresa	Nacional	Exportación	Producto Fresco	Producto Procesado
Pequeña	73.14	26.85	8	3
Mediana	26.62	73.38	7	4
Grande	10	90.00	4	3
total	36.58	63.41	19	10

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

¹⁸ Se destacar que la procedencia de las 35 empresas encuestadas, proceden de una lista (55 empresas) emitida por la COVECA como empresas altamente exportadoras, eligiéndose recabar información de las 35 primeras empresas de la lista, a las cuales se le envió el cuestionario considerado a aplicar vía Internet, sin embargo por la facilidad de investigador se aplico el cuestionario directamente a 15 representantes o informantes de igual número de empresas, captándose información vía Internet de 20 empresas, sin embargo la información en la mayoría de los casos fue insuficiente, considerándose información captada esta vía de 9 empresas, procediéndose posteriormente a su captura, previo diseño de base de datos, dando origen a los cuadros de salida que exponen en el este capítulo.

En el cuadro se puede observar que en las empresas pequeñas, su mercado principal es el nacional esto se debe a la poca especialización, a la falta de tecnología y recursos por lo tanto solo están manejando productos en fresco , las empresas grandes ,con información de mercado, con mayores apoyos y con tecnología tienen la capacidad de diversificar su mercado explorando mercado como el Europeo y el Japonés quienes demandan mucho mayor calidad en los procesos así como mayor numero de certificaciones ya sea para que puedan exportar tanto productos en fresco y productos procesados, en las empresas grandes se observa que el 90 % del volumen de producción que maneja lo destinan al mercado exterior.

Cuadro No. 9 Mercados Destino 2007-2011

Tipo de empresa	2007	2008	2009	2010	2011
Pequeña	E.U.	E.U.	E.U.	E.U.	E.U.
Mediana	Holanda, Inglaterra	Italia, Holanda, Alemania	Francia, Japón, Canadá	Francia, E.U.	España, Japón
grande	Holanda, Escocia, E.U.	Francia, Japón, E.U.	Canadá, Bélgica	España, Canadá, Bélgica	Italia, Francia, Alemania ,Canadá

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En el cuadro podemos observar que en las empresa pequeñas durante 5 años su mercado no ha variado, ha sido E.U. Posible consecuencia es la cercanía al mercado, así como el grado de exigencia en tramitación, y de los volúmenes de exportación y la constancia de los mismos, y de el tipo de transporte que principalmente es terrestre.

Siendo a la vez el producto en fresco el comercializado, se observa que los demás tipos de empresas, a mayor tamaño mayor es la diversificación de productos exportados y condiciones de los mismos y mercados de destino. Siendo el mercado japonés el más lejano y el Europeo el que contempla la mayoría de los países de destino de productos agrícolas explotados en fresco y procesado, que por la lejanía del mercado implica dar valor agregado al producto, y así incrementar la vida de anaquel.

En el periodo de análisis la mediana empresa en promedio al año exporta a dos países y máximo a tres. Por otro lado la grande empresa se identifica que exporta a como mínimo tres países, llegando a exportar hasta 4, siendo principalmente países europeos.

Cuadro No. 10 Número de empresas con problemas para exportar

Tipo de empresa	Con problema para exportar	Tipo de problemas
Pequeña	9/10	Costos elevados, escases de recursos
Mediana	2/10	fitosanitarios
Grande	0/4	-----

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

El 45.8%, de los encuestados mencionan que tiene problemas para exportar, siendo el rubro de pequeñas empresas el más frecuente, ya que el 90% de ellos los tiene. Y destacando sus principales problemas son el difícil acceso a créditos y financiamientos así como sus elevados costos en los procesos de producción y exportación.

La mayoría de los pequeños exportadores en el estado de Veracruz están presentando una serie de inconvenientes como se puede apreciar en la muestra que de 10 empresas pequeñas nueve cuenta con diversos problemas en dichos procesos.

Cuadro No. 11 Empresas con diversos tipos de apoyo

Tipo de empresa	Empresas con apoyo de Org.	Organización	Tipo de apoyo
Pequeña	8/10	Promexico, asociación de exportadores de Martínez	Envío de muestras y stands
Mediana	6/10	División de limón persa	Promoción y desarrollo en el extranjero
Grande	2/4	Departamento de agricultura de E.U., Promexico	promoción

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

Debido a los resultados obtenidos en la encuesta se puede observar que gran parte de empresas pequeñas como medianas pertenecen a algún tipo de organización y reciben algunos apoyos 66.6% recibe apoyos de organización, concentrados en un 80% pequeñas, 60% medianas y 50% grandes mismos que les apoya en su expansión, promoción y diversificación de mercado, sin embargo no ha sido suficientes.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos e hipótesis planteados, así como de la información recabada y analizada se puede concluir lo siguiente:

- En el Estado existen marcadas diferencias entre exportadores, lo que dio origen a la realización de una estratificación o clasificación de las agroempresas agroexportadoras basada principalmente en el número de empleados, destacándose su participación en el mercado nacional y exterior, agrupándose las 24 empresas consideradas en tres estratos: pequeñas, medianas y grandes empresas agroexportadoras, tal clasificación permite identificar diferencias entre las empresas, en cuanto a actividades agrícolas orientadas al sector de exportación, participación en el mercado interno y de exportación, la diversificación de productos y de mercados destino, apoyos obtenidos a través de programas de fomento a las exportaciones, así como de los esquemas de organización, capacitación y asistencia técnica aplicados en cada tipo de empresa, información base para la elaboración y aplicación de políticas públicas adecuadas a las necesidades de cada tipo de empresa, debido a la problemática detectada de acuerdo al tamaño de la empresa.
- De acuerdo a la encuesta podemos observar que la distribución de los exportadores en las regiones centro y sur, es donde se encuentra concentrada la mayoría de empresas pequeñas. Exportando un producto y un solo mercado, mientras que la región norte es donde están concentradas las empresas altamente exportadoras., es decir las medianas y las grandes exportando hasta 4 productos diferentes tanto en fresco y procesado así como diversos mercados como el de E.U. el Europeo y el Japonés.

- Otra conclusión de este estudio de tipificación que es contundente. Es que por un lado tenemos a la mayoría de las empresas productoras y exportadoras las cuales están muy poco especializadas, sin acceso a apoyos y donde producen bajo condiciones principalmente de temporal, con bajos rendimientos y orientando sus productos principalmente a un mercado nacional con pocos beneficios y las empresas grandes si están enfocadas al mercado exterior; por otro lado este rubro de empresas que producen procesan y exportan. Si muestran mejoras en los niveles de organización y mayor información de mercado, mayor tecnología, accesos a créditos y financiamiento por parte del gobierno y diversas organizaciones.
- Otra punto importante que podemos apreciar en el capítulo cuatro es que hay una relación directa entre el tamaño de la empresa con su diversificación de mercados, a es decir se observa que entre más grande la empresa obtiene mayores apoyos como en ferias internacionales, apoyos de gobierno, acceso a tecnología y por lo tanto también es mayor su porcentaje de exportación y diversificación de mercados. Por ejemplo las empresas pequeñas poco especializadas llevan en promedio 8 años exportando, las medianas 14 años y las grandes 30 años, en cuanto al promedio de empleados en estas empresas son de 30 en pequeñas, 70 en medianas y más de 120 empleados en las grandes empresas. Las empresas pequeñas su mercado es únicamente E.U. mientras las grandes diversifican, exportan a Alemania, Holanda, Japón, entre otros. Y en cuanto a los porcentajes manejados del volumen de producción total, las pequeñas exportan alrededor del 26 %, las medianas 73 % y las grandes el 90 % aproximadamente.

RECOMENDACIONES

La construcción de estrategias y generación de políticas para el sector agroexportador deben partir desde una perspectiva enfocada al mejoramiento y desarrollo de las exportaciones.

Así pues la utilización de una tipología y de las políticas para el sector deberán considerar las diferencias regionales y la clasificación de exportadores, de tal manera que se considere en la generación de programas la diversidad de productores que estén exportando pero sobre todo, las necesidades reales. En este sentido las políticas y los programas deben de ser diferenciados, no en el sentido de generar una multitud de programas sino en el de asignar de manera responsable lo que en realidad cada estrato de exportadores necesita.

Si se aplica esta tipología, es decir esta clasificación de empresas exportadoras podremos identificar de manera exacta las necesidades y obtener diversos beneficios como por ejemplo:

1.- Asistencia técnica.- a pesar de que existen programas para ello, aún es débil y deficiente en muchos aspectos y varía de acuerdo al tipo de exportación.

2.- Organización.- a todos los niveles es fundamental. Cabe destacar el bajo nivel de organización para la industrialización y para la comercialización, lo que es necesario revertir en el corto plazo.

3.- Financiamiento

Si aplicamos adecuadamente la tipología de productores se puede hacer y fortalecer las políticas, en donde se fomente de manera reiterada el desarrollo agroempresarial con una visión orientada al sector exportador, para tal efecto es necesario focalizar los recursos que ya existen para capacitación en acciones concretas y de acuerdo a las necesidades.

LITERATURA CITADA

- Andraos Khordk Carlos, 1999. Guía práctica de comercio exterior, segunda edición, editorial Confemetal
- Burghard Piltz, 1998. Convención de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías de 1980, Editorial Astrea, Argentina, xxiii-194 pp.
- Bancomext Glosario de términos obtenido de:
<http://www.bancomext.com/Bancomext/secciones/menu-inferior/glosario/C.html>
- Briz Julián, 2004 Comercio Exterior Agrario fundamentos y análisis, ediciones mundi-Prensa, Madrid, Barcelona, México
- Coskun Samli A. 1993. International marketing planning and practice, editorial prentice hall.
- Escandón Pedroza José Enrique. 2004 Exportación efectiva reglas básicas para el éxito del Pequeño y mediano exportador, editorial Isef
- Frank Jenkins, 1997. Comercialización actual, editorial trillas, México.
- Herrera, B.F. (2005). Anexo estadístico del primer informe de gobierno; desarrollo Agropecuario. Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Xalapa, Ver.pp. 239-290. En: <http://www.atmosfera.unam.mx>
- INEGI, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) PDF disponible en: <http://www.culturadelalegalidad.org.mx>
- Luinni Edgar, Alcázar Córdova, Enrique Ulises, 2004. Alianzas Estratégicas, un enfoque estratégico y legal, Fuentes Córdova, segunda edición.
- Mercado salvador h., 1999 Comercio internacional, editorial limusa.
- Nicola Minervini.2004 La ingeniería de la exportación, cuarta edición, editorial Mc Graw Hill

Nicola Minervini. 1998 Manual del exportador, editorial Mc Graw Hill.

Porter Lynch Robert. 1995 Guía de las Alianzas en los Negocios” Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V. Primera Edición, México.

Roland L. Kramer .1974 Comercio internacional, segunda edición de la compañía general de Ediciones.

Serrano Bermejo A. 2004 economía de la empresa agroalimentaria, segunda edición, ediciones mundi prensa

Sandhusen Richard L. México 2004 mercadotecnia internacional, segunda reimpresión, Compañía editorial continental.

SIAP Sistema De Información Estadística Agroalimentaria y Pesquera 2009 Veracruz Avance mensual de la producción pecuaria; 2009. México, D.F. Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.1 p disponible en <http://www.siap.sagarpa.gob.mx>

Troncoso Morales Carlos, reimpresión 2009 Manual De Exportación, Editorial Tax editores Unidos.

Valdés Sulser Alejandra, 2006 Tratados comerciales internacionales, editorial Isef

Vilas Luis Miguel Rivera.1989 marketing para las pymes agrarias y alimentarias, editorial Aedos,

Páginas web consultadas

<http://www.concitver.com>

<http://portal.veracruz.gob.mx>

<http://www.oeidrus-veracruz.gob.mx>

<http://www.apiver.com>

<http://www.siap.gob.mx>

<http://www.sagarpa.gob.mx>

<http://www.senasica.gob.mx>

<http://www.inegi.org.mx>

<http://www.bancomext.com>

www.cna.org.mx

www.mexicocalidadsuprema.com.mx

www.fao.org/index_es.htm

<http://portal.veracruz.gob.mx/catalogodeexportadores>

www.banxico.org.mx

www.infoaserca.gob.mx

Glosario de siglas

Aphis	Animal and plant health inspection service
Apiver	Administración portuaria integral de Veracruz
Bancomext	Banco de comercio exterior
CFI's,	Certificados internacionales
Citrex	Cítricos de exportación
Concitver	Consejo estatal citrícola de Veracruz
Coveca	Comisión veracruzana de comercialización agrícola
Dta	Declaración de trámite aduanero
Ecext	Empresas de comercio exterior
Enoe	Encuesta nacional e ocupación y empleo
Fda	Food and Drug Administration
Pea	Población económicamente activa
Pei	Población económicamente inactiva
Pibe	Producto interno bruto estatal
Ppq	Cuarentena y protección de plantas
Rfc	Registro federal de contribuyentes
Shcp	Secretaria de hacienda y crédito publico
Siap	Servicio de información agroalimentaria y pesquera
Tlc	Tratado de libre comercio
Tlcan	Tratado de libre comercio con América del norte
Up	Unidad de producción
Usda	United states department of agriculture
Vtc	Virus de la tristeza de los cítricos

ANEXOS

Anexo No. 1 Encuesta a empresas exportadoras

Con este cuestionario se pretende obtener información teórica como estadística con el fin de establecer un espacio de análisis que nos permita conocer la evolución y comportamiento del sector agroalimentario así como las exportaciones en los últimos años para poder delimitar acciones de mejora.

Encuesta para la investigación de tesis: una tipología de agroexportadores en el Estado de Veracruz.

Nombre del informante:	
Cargo:	
Localidad:	Municipio:
Estado:	Fecha:
Dirección:	Teléfono:

I.-Datos generales

1. ¿Datos generales de la empresa

Nombre de la empresa:
Director:
Ubicación:
Contacto:

2.- ¿Cuál es el tipo de organización jurídica?

Concepto	Opción
Sociedad anónima:	
Sociedad anónima de capital variable	
Sociedad de producción rural	
Sociedad en responsabilidad limitada	
Otro: especifique	

3.- ¿Cuál es el tamaño de su organización?

Concepto	Opción
Pequeña empresa (1-50)	
Mediana empresa (51-100)	
Grande empresa (+100)	

II.-Exportaciones

4. ¿Qué % de su producción total se destina a mercado nacional e internacional?

% nacional	% internacional

5. ¿Qué productos exporta?

Producto	Volumen	Valor

6. ¿Cuál es el destino de sus exportaciones?

Producto	País	Estado	Localidad

7. ¿Presenta dificultades en el proceso de exportación? SI___ NO___

7.1-En caso de responder afirmativo ¿Cómo Cuáles?

8. ¿Pertenece a alguna organización económica para realizar sus exportaciones?

SI___ NO___

8.1.-¿Si su respuesta es afirmativa ¿a

cuál?_____

9.- ¿Qué beneficios tiene por ser miembro de la organización?

10. ¿Cuántos años se ha dedicado a la exportación de estos productos?

11¿en los último años ha recibido apoyos para exportar por parte del gobierno?

SI___NO___

11.1 Si su respuesta fue afirmativa ¿qué tipo de apoyo ha recibido?

apoyo	Años
Adquisición de activos productivos	
Asistencia técnica	
Insumos	
Otro (especifique)	

12.- ¿Tiene dificultades para acceder a estos apoyos?

III.- Estacionalidad de las Exportaciones.

13. ¿En qué meses principalmente exporta?

PRO D.	EN E.	FE B.	MA R.	AB R.	MA Y.	JU N.	JUL .	AG O.	SEP .	OC T.	NO V.	DIC .

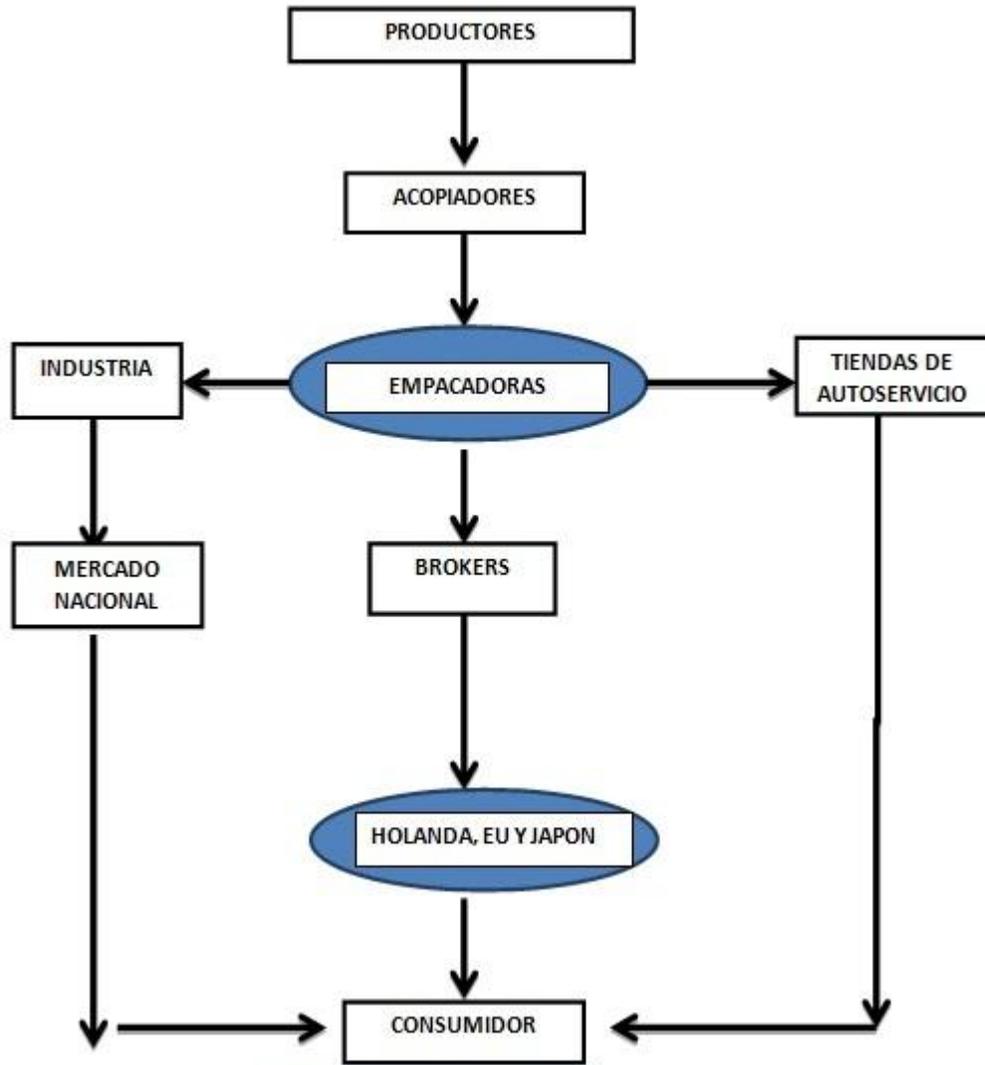
14. ¿De qué forma realiza sus exportaciones?

Vol. De producción	Producto procesado	Otro(especifique)	Otro(especifique)

15. ¿Cuánta con algún tipo de certificación para exportar sus productos?

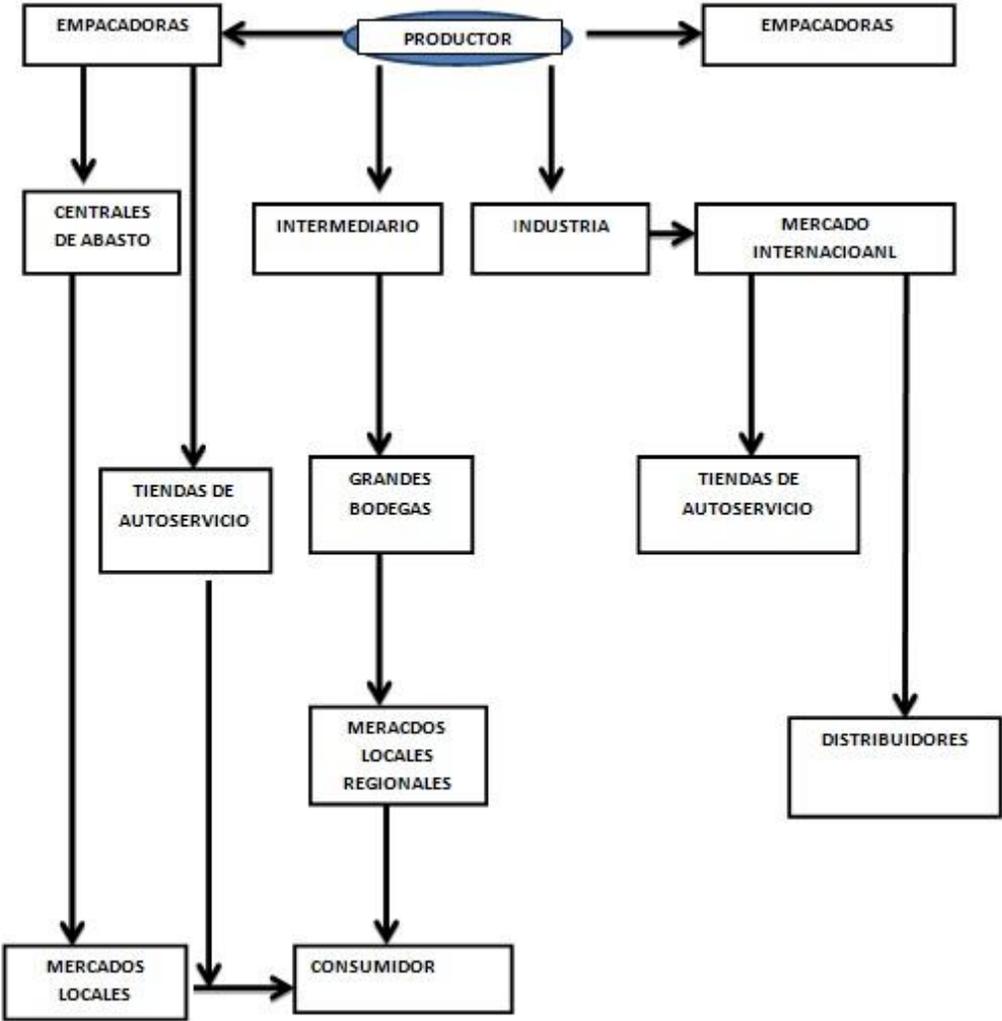
Anexo No. 2 Canal de comercialización de los principales productos exportados

Canal de comercialización del limón persa



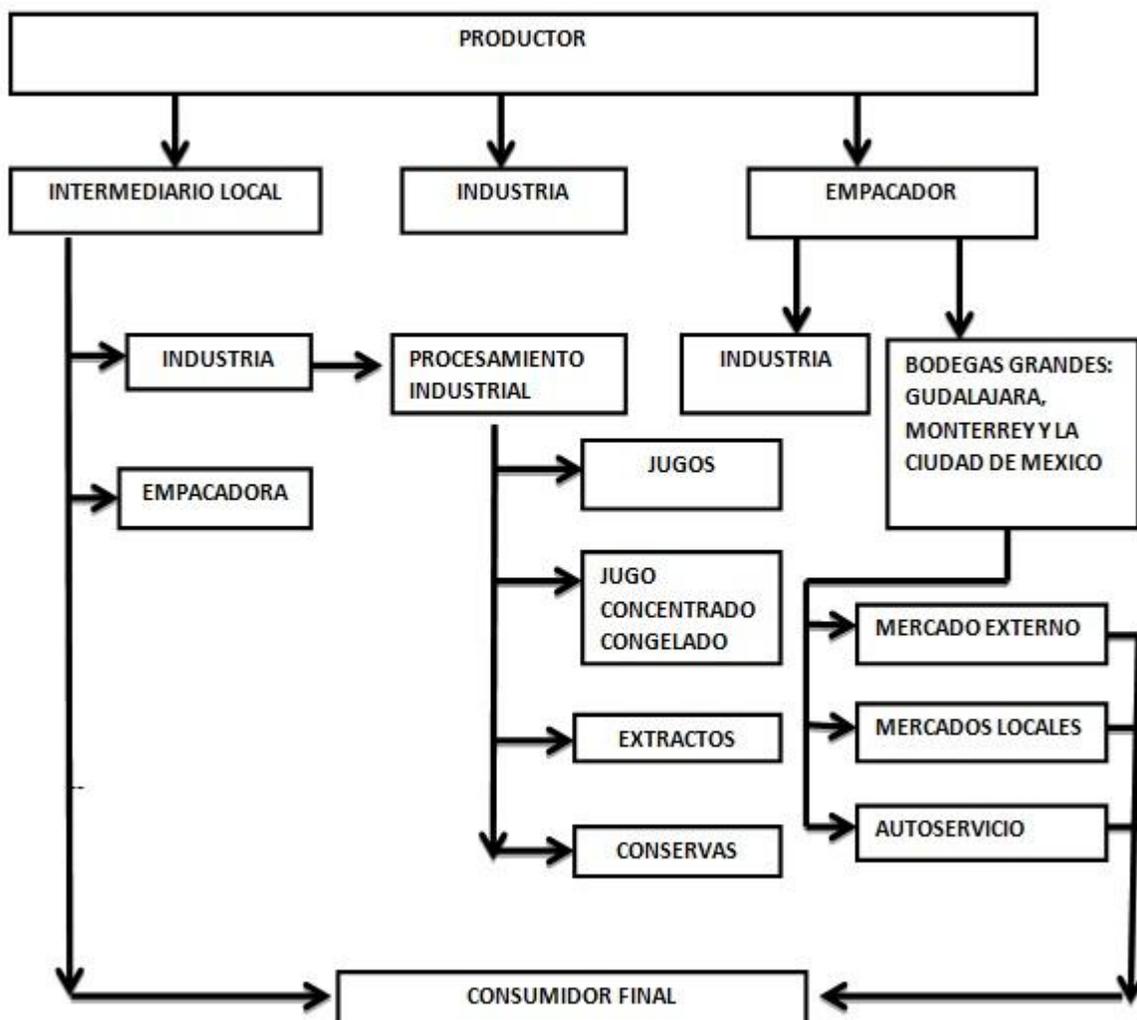
Fuente: elaboración propia con i información proporcionada por la empresa citrex

Canal de comercialización del café



Fuente: Elaboración propia con información de la empresa café tostado de exportación

Canal de comercialización de la naranja



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por la empresa citrex.

Anexo No. 3 Análisis FODA de las exportaciones en el estado de Veracruz

FORTALEZAS

- La operación de los tratados de libre comercio con Estados Unidos y la Comunidad Europea, demandan cítricos de buena calidad con preferencias arancelarias.
- El cultivo de la naranja en el Estado de Veracruz no es nueva, se tiene buena experiencia en el cultivo.
- El estado es el principal productor y uno de los principales exportadores de limón persa, naranja en el país.
- En Veracruz coinciden los recursos humanos como: Productores, comercializadores, transportistas, cortadores, jornaleros, técnicos especialistas, viveristas y proveedores de insumos que generan el desarrollo de la actividad.
- Posición geográfica estatal estratégica tanto para exportar como comercializar.
- Los cítricos en general están considerados como cultivos de alta rentabilidad y posible competitividad en el marco del TLC.
- Cercanía al mayor comprador de jugo concentrado de naranja; los Estados Unidos.
- Existe una cultura citrícola ya arraigada en Veracruz.
- En Veracruz existe un medio ecológico natural para la producción de fruta de buena calidad, con altos rendimientos.
- Existe infraestructura de selección y empaque de fruta, así como para el procesamiento de jugos concentrados congelados.
- El jugo de naranja aún congelado solo le da vida de 3 o 4 semanas, por lo que la cercanía geográfica si puede ser un factor determinante en la elección de los grandes consumidores mundiales.

OPORTUNIDADES

- La existencia del consejo nacional permite contar con la vinculación de las instituciones de investigación y transferencia de tecnología.
- Los tratados de libre comercio permitirá ampliar los destinos de la exportación.

- La ventaja fitosanitaria para la producción de limones permite ser el principal productor en el mundo.
- La existencia de zonas libres de plagas facilita la exportación de fruta.
- Los tratados comerciales con los Estados Unidos y la Unión Europea, son una oportunidad masiva a mediano plazo, vía desgravación gradual de aranceles.
- Existen apoyos gubernamentales para el desarrollo de esta actividad, vía financiamiento y apoyo de recursos fiscales para infraestructura.
- Existen posibilidades de ampliar más en el mercado europeo, japonés y chino.
- Establecer agroindustrias regionales que como microempresas procesen jugos pasteurizados para atender la demanda en cada región citrícola en el estado.
- Establecer mas marcas registradas de Veracruz.
- La demanda de jugos pasteurizados en los Estados Unidos y Europa, representa una alternativa viable de negocios.
- Aprovechar el mercado de la nostalgia de los mexicanos residentes en el extranjero acostumbrados a consumir el jugo natural.
- Fomentar la organización de las Uniones y Asociaciones de citricultores para lograr la implementación de proyectos de desarrollo.
- Esfuerzos únicos y coordinados de los tres órdenes de gobierno.
- Desarrollo de Paquetes tecnológicos de alta productividad e investigación aplicada.
- Asistencia técnica especializada e integral pública y privada.
- Programas de rehabilitación y mantenimiento bajo mínima labranza

DEBILIDADES

- La ineficiencia productiva
- Falta de financiamiento
- Descapitalización de sector
- Falta de tecnificación de la producción
- Concertación de la oferta y falta de diversificación en variedades.
- Falta de aplicación de normas de calidad.
- Falta de promoción al consumo de limón, naranja y subproductos.
- Falta de valor agregado.
- Pocas o nulas organizaciones empresariales

- Producción en zonas no aptas.
- Producción predominante de Temporal
- Reducido tamaño de unidades productivas
- Sobre oferta estacional de fruta
- Falta de un sistema de información estadística y de mercado adecuado
- Escasez de mano de obra calificada
- Mínima diferencia de productos
- Falta de utilización de sellos de calidad
- Baja productividad por baja adopción de tecnología
- Pocos campos experimentales citrícolas y con insuficientes recursos
- Insuficiente servicio de asesoría técnica integral y capacitación especializada, así como poca credibilidad del productor en ellas.
- Problemas de acceso al crédito
- Precios bajos en picos de cosecha
- Bajo nivel tecnológico en post-cosecha
- No empaque de origen
- Falta de infraestructura comercial en lugares de menor desarrollo
- No hay normatividad adecuada
- Deficiente operación de las barreras fitosanitarias en los puntos de verificación interna
- Falta de obligatoriedad de las normas mexicanas
- Falta de caminos y altos costos de fletes
- Poca difusión de la gran diversidad de programas de apoyo gubernamentales
- Tipo de cambio no favorable a las exportaciones.
- El nivel tecnológico aplicado en la mayoría de las huertas citrícolas del estado, es bajo; consecuentemente el rendimiento promedio nacional es bajo comparado con el de los principales exportadores.
- En la comercialización de fruta, tanto en fresco como industrializada, se carece de infraestructura y de los canales adecuados para lograr competitividad ante países como Brasil.

- Existen restricciones fitosanitarias a la fruta veracruzana por parte de los E.U.A. Y Canadá.
- Existe poca o nula organización de los productores.
- Se tienen limitaciones en los productores para controlar factores de la producción como:
 - Sistemas de riego,
 - Control para heladas,
 - Niveles de fertilización,
 - Control adecuado de plagas y enfermedades,
 - Densidad de árboles,
 - Mejoramiento genético,
 - Control biológico

AMENAZAS

- Existe la amenaza permanente de la virosis de la tristeza de los cítricos, dado que el 99% de las plantas cítricas veracruzanas están injertadas sobre naranjo agrio, el cual es altamente susceptible a este patógeno.
- Se tiene una competencia sólida y fuerte de los productores de Florida y Brasil, países que incrementan estratégicamente su producción desde hace ya 10 años.
- La producción primaria veracruzana de naranja está sujeta a efectos nocivos de los fenómenos climatológicos.
- Falta de tecnificación y legislación fitosanitaria en los viveros de propagación de plantas.
- Existe gran capacidad industrial en los principales países competidores; Estados Unidos y Brasil.