

 **Guacamex**

ÍNDICE

I. Producto Seleccionado	
1.1. Características Generales	
1.2. Método de producción	
1.3. Principales países productores del Mundo	
1.4. Principales estados productores en México	
1.5. Beneficios a la salud	
II. Mercado Seleccionado – Japón	
2.1. Breve Historia	
2.2. Situación, superficie y clima	
2.3. Demografía y Sociedad	
2.3.1. Población activa - desglose sectorial	
2.4. Estructura Política – Administrativa	
III. Producto Seleccionado	28
3.1. Competencia local del producto	
3.2. Cifras de comercio del producto	
3.3. Tendencias	
2.4.1. Gustos	
2.4.2. Modas	
2.4.3. Preferencias	
2.4.4. Costumbres	
2.4.5. Productos Sustitutos	
2.5. Canales de distribución	
2.6. Importadores Potenciales	
2.7. Precios locales del producto	

IV. Aspectos Técnicos.....	
4.1. Fracción Arancelaria del aguacate	
4.2. Documentos y trámites del proceso	
4.3. Determinación del precio de exportación	
4.4. Elección de medio de transporte	
4.5. Acuerdos y tratamos comerciales de México - Japón	
4.6. Regulaciones no arancelarias aplicadas a Japón	
4.7. Competencia local del producto	
V. Etiquetado del Producto.....	49
5.1. Nombre comercial del producto	
5.2. Nombre y direcciones	
5.2.1. Productor	
5.2.2. Exportador	
5.2.3. Importador	
5.2.4. Distribuidor	
5.3. País de origen	
5.4. Registro ante la autoridad competente	
5.5. Peso neto, cantidad y volumen del producto	
5.6. Instrucciones de uso y de almacenamiento	
5.7. Fecha de producción, caducidad y durabilidad mínima	
5.8. Número de lote	
5.9. Sello de norma de calidad	
VI. Programa de Mercadotecnia Mundial	55
6.1. Forma de ingreso al mercado japonés	
6.2. Mercado Meta	
6.3. Organización de Mercadotecnia	
6.4. La exportación	

6.5. Mezcla Adaptada

6.6. Mezcla estándar

6.7. Departamento de Exportaciones

VII. Conclusiones 72

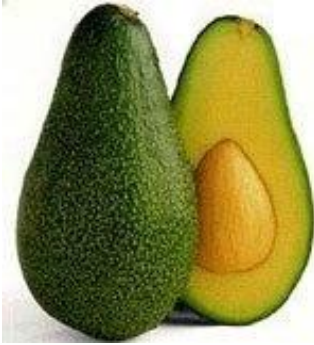
Referencias 74

Anexos

I. Producto Propuesto

1.1. Características Generales

1.1.1. Ficha técnica del producto seleccionado



Familia: Lauráceas.

Especie: Persea americana.

Origen: México

Planta: Árbol extremadamente vigoroso (tronco potente con ramificaciones vigorosas), pudiendo alcanzar hasta 30 m de altura.

Sistema radicular: bastante superficial.

Hojas: Árbol perennifolio. Hojas alternas, pedunculadas, muy brillantes.

Flores: Flores perfectas en racimos subterminales; sin embargo, cada flor abre en dos momentos distintos y separados, es decir los órganos femeninos y masculinos son funcionales en diferentes tiempos, lo que evita la autofecundación.

Fruto: Baya unisemillada, oval, de superficie lisa o rugosa.

Órganos fructíferos: ramos mixtos, chifonas y ramilletes de mayo.

1.1.2. Tipos del aguacate

Aunque hay multitud de variedades de aguacate, los tipos de aguacate más conocidos son el aguacate bacón, el aguacate fuerte y el aguacate hass. El aguacate que exportara la Comercializado y Exportadora Aguacamex es el Aguacate Hass.

1.1.3. Descripción general del aguacate Hass

La variedad de aguacate que se cultiva principalmente en Michoacán.

La piel es de color verde es que su piel que cambia de verde a púrpura oscuro, dependiendo de la variedad y grado de madurez. Su tamaño, aunque dependiendo de la

variedad, es de unos 7 a 20 cm de largo y su diámetro máximo de unos 6 cm, con una gran semilla central (unos 5 a 6,4 cm de largo).

El aguacate Hass es de forma ovalada y semillas pequeñas, se puede pelar fácilmente y tiene un excelente sabor. El aguacate Hass oscila entre 140 y 340 gramos, la piel de este tipo de aguacate es rugosa pero flexible y se oscurece al estar maduro.

1.1.4. Tabla nutricional del aguacate

Los aguacates son una buena fuente de vitamina K, fibra dietética, vitamina B6, vitamina C, ácido fólico y cobre, el aguacate es también un alimento rico en potasio: Un aguacate es más rico en potasio que un plátano mediano.

A pesar de que son frutas, los aguacates tienen un alto contenido de grasa de entre el 71% y el 88% de su total de calorías, unas 20 veces la media de otras frutas, un aguacate típico contiene 30 gramos de grasa, pero 20 de estos gramos de grasa son grasas monoinsaturadas beneficiosas para la salud, especialmente el ácido oleico.

Datos de nutrición	C/100g.	%VDR
Grasas Saturadas	2,64 g.	12%
Grasas Poliinsaturadas	2,04 g.	-
Grasas Monoinsaturadas	10,7 g.	-
Colesterol	0 g.	-

Datos de nutrición	C/100g.	%VDR
--------------------	---------	------

Proteínas	1,7 g.	2,26%
Carbohidratos total	5,9 g.	2%
Fibra total	3,3 g.	13,2%
Fibra soluble	1,3 g.	-
Fibra insoluble	2 g.	-
Vitamina A	85µg.	14%
Vitamina B1	0,11 mg.	9%
Vitamina B2	0,2 mg.	15%
Vitamina B6	0,45 mg.	34,6 %
Niacina	1,6 mg.	10%
Ácido pantoténico	1 mg.	20%
Vitamina C	14 mg.	32%
Vitamina D	10µg.	200%
Vitamina E	3 mg.	30%
Vitamina K	8µg.	12%
Biotina	10 mg.	33,3%
Ácido fólico	32µ	8%
Sodio	4 mg.	0,16%
Potasio	463 mg.	13,23%
Calcio	10 mg.	1%
Hierro	1,06 mg.	1,06%
Magnesio	41 mg.	16%
Manganeso	2,3 mg.	100%
Cobre	0,35 mg.	39%
Fosforo	40 mg.	5,71%
Azufre	25 mg.	-

1.2. Método de producción

En el siguiente cuadro se puede ver el flujo del proceso de producción.



1.2.1. Corte

Con frecuencia después de cinco años de establecida, la huerta esta lista para su primer corte comercial, atendiendo criterios de madurez como lo es el contenido materia seca en el fruto mismo que está altamente correlacionado con la cantidad de grasa y 20.8% mínimo requerido para Hass de MS), se debe tener en cuenta que con fines de exportación, la huerta debe estar certificada por la Junta Local de Sanidad Vegetal a la cual corresponda (documento en el cual se establece entre otras cosas; libre de plagas y enfermedades del aguacatero, manejo de buenas prácticas agrícolas).

El corte se realiza a mano utilizando escalera o maquinaria cortándose el pedúnculo por encima de la inserción con el fruto, durante el proceso participan solo personas que gocen de buena salud; libres de enfermedades contagiosas, con el objeto de evitar la contaminación de la fruta además de esto se ofrecen condiciones de trabajo seguras.

Los frutos no se deben golpear, sufrir rozaduras o cualquier otro daño en la piel, para tal motivo se siguen los siguientes pasos durante la cosecha:

1. Además de la cosecha manual de los frutos de las partes bajas, también se cortan utilizando varas con una bolsa de lona o tela resistente y una cuchilla integrada en el aro donde se inserta la bolsa o red para las ramas más altas .
2. De la bolsa de la vara, la fruta pasa a una bolsa de lona colgada del hombro del cortador y de ésta se transfiere a cajas de plástico ubicadas en lugares sombreados; nuevamente, debe vaciarse el contenido de las bolsas con cuidado para no maltratar la fruta.

La fruta se deja con un corte a ras del pedúnculo, sin quitar este completamente evitando el ingreso de hongos y prolongando la vida de la fruta.

3. Se recomienda no llenar las cajas de plástico más allá del 90% de su capacidad, para evitar que al taparlas y/o estibarlas se comprima y dañe la fruta. Los remolques o vehículos que transportan la fruta dentro de la huerta hasta su lugar de empaque no se deben sobrecargar asegurando además perfectamente la carga.

La fruta una vez cortada debe ser transportada a la empacadora el mismo día. El transporte debe ir cubierto generalmente con una lona para evitar los rayos directos del sol o que se moje en caso de lluvia, sin embargo, debe existir la suficiente ventilación para impedir calentamiento de la fruta. Durante el transporte, la carga debe tener un movimiento mínimo por lo que hay que asegurarla. Las maniobras de carga y descarga se deben efectuar con cuidado, evitando golpear las cajas y un movimiento excesivo de las mismas.

1.2.2. Recepción

Una vez transportada la fruta en camiones de la huerta al empaque, este es pesado con la finalidad de calcular la cantidad de fruta que arriba y la que es empacada. Posteriormente se determinan los muestreos correspondientes para la detección de plagas cuarentenadas, así como lo relativo a otras plagas y enfermedades, apariencia general de los frutos, los aspectos que influyen en la calidad (manchas, decoloraciones, infecciones de enfermedades, roeduras, golpes, rozaduras).

De igual manera, se verifica que se reúnan las características propias de la variedad que se está manejando y el porcentaje de materia seca en una muestra del lote, mismo que no debe de revolveerse con otros, traen además consigo un archivo de los certificados de origen de la fruta, con fines de control y trazabilidad.



Muestreo fitosanitario en control de calidad

Con la finalidad de disminuir el calor de campo o calor vital que trae la fruta, se pre-enfría antes de empacarla por un período no inferior a 24 horas y a una temperatura no superior a los 10 grados centígrados, con esto se acondiciona para el proceso de conservación posterior a bajas temperaturas. El método consiste en dejarlo reposar tal como viene de la huerta en un cuarto a la temperatura mencionada.



Fruta en proceso de preenfriado

1.2.3. Empaquetado

1.2.3.1 Maquina volteadora de cajas

El proceso de empaque comienza con esta máquina, sobre ella el trabajador coloca una tras otra las cajas con fruta que vienen directamente de la huerta retirando además los sellos de las mismas, las cajas se transportan sobre las cadenas de la maquina siendo giradas lentamente para que su contenido suavemente sea vaciado sobre la siguiente maquina “el elevador”. Esta primer maquina tiene la finalidad de establecer la pauta para que el vaciado de fruta sea regular y no se presenten problemas de saturación de fruta en las siguientes partes de la línea de selección.



1.2.3.2. Máquina elevadora

Una vez vaciada, la fruta es recibida por la maquina elevador transportándola sobre sus rodillos de PVC reforzado C-40. Su función es darle a la fruta una elevación adecuada y a la vez actuar en forma de desbasurador ya que al girar la fruta sobre sus rodillos las pequeñas ramas y hojas que pudiesen traer consigo caen por gravedad.

Esta máquina se encarga de entregar la fruta con elevación y sin basura a la cepilladora. En la parte media hay una sección en la que se puede situar inmediatamente la fruta que venga en mal estado para evitar que sea tratada en las siguientes máquinas. La fruta en mal estado, cae a una tolva que se encuentra en la parte izquierda de la maquina.



Máquina elevadora

1.2.3.3. Máquina Cepilladora

El objetivo de la maquina cepilladora es dar presentación a la fruta debido a que se encarga de lavarla y secarla. Esta máquina cuenta con cepillos, donas en serie, aspersores y ventiladores. Cuando la fruta entra en su interior unos aspersores en conjunto con sus cepillos iniciales se encargan de lavarla, una vez lavada la fruta es secada por la combinación de la acción de sus donas de látex y ventiladores, todo este proceso es realizado en el momento que la fruta se transporta sobre los cepillos y donas

que se encuentran girando. Esta máquina cuenta con un arreador de fruta el cual saca la fruta de los cepillos al final de la jornada. De igual forma que el lavado, esta cepilladora puede ser capaz de encerar la fruta con el mismo tipo de cepillo.



Maquina Cepilladora

1.2.3.4. Máquina descanicadora

La maquina descanicadora posee una serie de tubos metálicos galvanizados giratorios separados a una distancia determinada, una vez que le llega la fruta lavada y seca, utiliza la separación que hay entre sus rodillos para permitir que por gravedad caiga la fruta pequeña (canica), la fruta de tamaño adecuado seguirá adelante en su trayecto, eficientizando con ello la selección posterior.



1.2.3.5. Seleccionadora manual

La “seleccionadora manual” tiene como finalidad transportar lentamente la fruta sobre rodillos giratorios, al girar la fruta los trabajadores visualizan fácilmente algún defecto, procediendo a retirarla manualmente de su trayecto, esta máquina cuenta en su parte superior con una banda transportadora sobre la cual el trabajador coloca la fruta defectuosa, ésta banda transportadora permite darle un camino previamente definido a la fruta sin que el trabajador descuide su actividad visual de revisión. Esta “seleccionadora manual” es el último módulo para retirar la fruta no adecuada antes de la seleccionadora computarizada.



Seleccionadora manual

1.2.3.6. Máquina singulador

El singulador tiene la función de acomodar la fruta por filas y una por una. En la seleccionadora computarizada es parte fundamental del buen funcionamiento y sincronía de la misma, cuando se usa exclusivamente para un sistema de etiquetado da el tiempo y el espacio para una colocación adecuada de las etiquetas.



Maquina Singulador

1.2.3.7. Máquina Clasificadora

Las máquinas clasificadoras computarizadas por peso han sido diseñadas y construidas en su totalidad por Corporación Industrial Uruapan. Para la parte electrónica se ha desarrollado un programa para el control de la máquina por medio de una PC, así como tarjetas para activar las salidas digitales y en lo referente a la parte mecánica tienen diseños propios para asegurar un excelente rendimiento en sus mecanismos en conjunto a un detallado ensamblaje de sus piezas. Este tipo de máquinas pueden tener de 1 a 8 líneas corriendo cada línea hasta 18 charolas por segundo, y el sistema de salidas digitales puede crecer hasta 40 salidas.



Una vez depositada la fruta en cajas individuales, estas pasan al proceso de paletizado, llamado así por que se estiban y se amarran con cintas (fleje) sobre bases de madera o plástico y esquineros de plástico o de fibra de vidrio en conjuntos conocidos internacionalmente como pallets, considerados como la unidad de embalaje para el transporte dichos pallets se deben sujetar a ciertas medidas que están determinadas por los contenedores en que se transportan.

El número de cajas por pallet es variable entre empacadores, pero generalmente está constituido por un poco más de 200 cajas de 4 kilos y de un número menor cuando se trata de caja de 6 kilo. En el caso del mercado norteamericano al cual enviamos nuestro aguacate, los pallets están constituidos por 80 cajas con un peso unitario de 11 Kg.



Cajas de aguacates colocadas en pallets

Los pallets deben pasar enseguida a cuartos refrigerados donde primeramente pasarán al proceso de preenfriado por un periodo de 8 a 12 horas a temperatura de 4.5 a 5.5 grados centígrados (fotografía X). Después del preenfriado, pasan a la cámara de conservación donde permanecerán hasta que sean cargados al medio de transporte. La temperatura de conservación va de 5.5 a 6.5 grados centígrados.



Pallets colocados en cuartos fríos para el proceso de preenfriado

1.2.3.10. Almacenamiento

Las temperaturas óptimas recomendadas por la Universidad de California para el almacenamiento son:

- 5-13°C (41-55°F) para aguacates verde-maduros, dependiendo del cultivar.
- 2-4°C (36-40°F) para aguacates maduros. Con una humedad relativa óptima de 90-95%.
- 3-7 °C (37-45°F) para Fuerte y Hass, para una vida de anaquel aproximada de 4 a 8 semanas.
- 4 °C (40°F) para Lula y Booth, para una vida de anaquel 4 a 8 semanas. Para evitar una rápida maduración el aguacate no se debe almacenar con mangos, fresas, bananos, tomates o cualquier otra fruta que cambie de color rápidamente.

1.3. Principales países productores del Mundo

El aguacate se produce en 46 países, pero los principales son siete cuya producción promedio anual de 1979 a 1983 fue cerca de 50 000 ton. Estos son México, Estados Unidos, República Dominicana, Brasil, Perú, Haití e Indonesia de los cuales seis se encuentran ubicados en América (Zentmyer, 1987). En 1985 la producción fue de 1 600 000 ton, donde México aportó el 34.4 % (Martínez, 1997). Para 1993, la producción se estimó aproximadamente en 2.1 millones de ton; el Continente Americano concentró casi las tres cuartas partes (72 %) de la Producción (Promex- SAGyP, 1997). En 1994, México produjo 798 000 ton equivalente a la producción conjunta de Estados Unidos, República Dominicana, Brasil, Indonesia, Colombia, Venezuela e Israel (Fernández, 1997), para 1994-96, la producción se mantuvo en 2.1 millones de ton, donde la aportación de México fue 54 % (Martínez, 1997). En América, los principales países productores y exportadores son México, Estados Unidos y Chile. Fuera de América, otros países productores importantes son Israel, España y Sudáfrica.

1.4. Principales estados productores en México

A nivel nacional, son 29 estados que se dedican a la producción del aguacate (SAGAR, 1996), sin embargo, la explotación de aguacate a nivel comercial se practica solo en 16 Estados (Sánchez y Rubí, 1995), entre los que participan Michoacán, Puebla, Chapas, Estado de México, Veracruz, Jalisco, Nayarit, Morelos, Guanajuato, Guerrero, Sinaloa, entre otros (Martínez, 1997)

Para el año de 1975, se consideró que México contaba con una superficie cosechada de 49 772 ha, con una producción de 254 135 ton. En 1985 se contó con una superficie aproximada de 70 000 ha y una producción de 550 000 ton (Martínez, 1997). Sánchez y Rubí 1994, reportaron una superficie de 87 508 ha; de acuerdo con el Anuario Estadístico de Agricultura, por lo que se calcula que la producción fue aproximadamente de 700 000 ton. En 1993 la misma se estima en 756 000 ton (SAGyP, 1997). En 1995, Sánchez y Rubí reportaron una producción de 772 952 ton, obtenidas en una superficie de 93 129 ha y en 1996 la producción fue de 1 148 547 ton obtenidas en una superficie de 124 823 ha (Martínez, 1997) Cuadro 1.

En cuanto al rendimiento, los promedios de producción por hectárea son de 5.0 a 10.7 ton y la media a nivel nacional es de 7.6 que corresponde a los Estados de Sinaloa y Jalisco, mientras que Michoacán posee los valores más altos de 9.9 a 10.7 ton ha⁻¹; en tanto que Puebla es de 6.0 y en Chiapas y Morelos de 5.0 ton ha⁻¹ (Martínez, 1997). Sin embargo, existen huertas que debido a la atención y manejo que se les dá, llegan a producir hasta 30 ton ha⁻¹, claro esta, que es solo un número reducido de huertas.

El principal Estado productor a nivel nacional y, además a nivel internacional, es Michoacán aportando el 77.65 % de la producción nacional. Actualmente este estado

cuenta con una cultivada de 90 000 ha, predominando la variedad Hass con 98 %. De esta superficie, el 5 % se encuentra en desarrollo y el resto en plena producción obteniendo alrededor de 892 000 ton, lo que nos indica que Michoacán participa con el 72 % en superficie cultivada y con el 77.65 % en la producción (Martínez, 1997) Cuadro 2.

1.5. Beneficios a la salud

El aguacate es un alimento beneficioso para la salud, ya que ayuda a mantener el corazón saludable, mejora la absorción de carotenoides y sus fitonutrientes ayudan a prevenir el cáncer oral y otros tipos de cánceres.

A medida que la población incrementa su edad, también cambian sus hábitos de consumo, prefiriendo alimentos más saludables que les permitan llegar a una edad avanzada con una buena calidad de vida, es aquí donde el aguacate con sus propiedades nutracéuticas (que nutren y curan) y cosmeceúticas (que nutren y ayudan al cuidado de la piel) adquiere una importancia fundamental en la alimentación de la población en general y si consideramos también otros problemas de salud como; diabetes, altos niveles de colesterol en la sangre y la hipertensión arterial, entonces esta fruta, de por si deliciosa, adquiere una importancia mayor en la ayuda para contrarrestar estos problemas o ayudando a evitar enfermedades y hasta retrasar el envejecimiento por ejemplo.

Como ya comentamos, el aguacate es una fruta con grandes atributos nutracéuticos.

Contiene una alta cantidad de grasa, pero de una calidad similar a la del aceite de oliva, lo cual lo hace benéfico para el corazón ya que contribuye a reducir los niveles de colesterol.

Entre los ácidos grasos que constituyen el aceite del aguacate, destaca el beta -sistosterol que previene la absorción del colesterol en el sistema digestivo protegiendo al sistema circulatorio, además de coadyuvar a la prevención del cáncer.

Adicional a lo anterior, el aguacate es fuente importante de vitaminas, ya que cuenta con 12 de las 13 vitaminas esenciales, la vitamina B12 está ausente por que solo se encuentra en el reino animal. También es una fuente importante de minerales como el potasio, cobre, magnesio y manganeso, además de que en las proteínas contenidas en el aguacate se presentan un aminoácido llamado “glutación” el cual es un potente antioxidante. Desde hace años, el aguacate se procesa para fabricar un fino aceite, similar al aceite de oliva para el consumo humano y como materia prima para la industria farmacéutica.

La pulpa del aguacate posee la extraordinaria propiedad de ayudar a eliminar el colesterol “malo”, es decir las lipoproteínas de baja densidad, por lo que ayuda a reducir el riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares como la arterosclerosis, la temible enfermedad del mundo sedentario de hoy; adicionalmente, se ha observado un efecto benéfico en pacientes con asma y artritis reumatoide.

1.5.1. Enfermedades

El consumo del aguacate se recomienda especialmente en los siguientes casos:

- a) Exceso de colesterol
- b) Trastornos Circulatorios
- c) Anemia
- d) Afecciones digestivas
- e) Diabetes
- f) Dietas tonificantes

II. Mercado Seleccionado - JAPÓN

2.1 Breve historia

El poder político – administrativo en Japón comienza a configurarse en torno al siglo IV D.C., bajo la autoridad del emperador. En el siglo VI adopta el budismo, así como instituciones políticas y la escritura provenientes de China vía Corea. Desde entonces Japón ha pasado por periodos muy dispares, algunos de apertura al exterior y otros de clausura casi total. Pero se mantuvo siempre como un país unificado.

- *Periodo Heian (c. 800 – 1100)*

Periodo de influencia china, y coreana para pasar a una posterior afirmación de los japoneses. Luchas entre familias mitigaes. Florecimiento de las artes. Kioto era la capital del país durante este período.

- *Período Kamakura (c. 1100 – 1300)*

El primer shogun o generalísimo establece la capital en Kamakura, cerca de Tokio. El poder de los samuráis (militares) se extiende al campo político y económico, convirtiéndose en los líderes políticos y tecnócratas.

- *Período Muromachi (c. 1300 – 1600)*

El poder se descentraliza bajo los Shogun Ashikaga, que habían trasladado su base de operaciones de nuevo a la capital imperial en Kioto. Las artes y el comercio con China florecen de forma espectacular. Introducción al cristianismo. El siglo XV destaca por su inestabilidad política con constantes luchas y rivalidades entre distintos clanes de samurái.

- *Período Edo (c. 1600 – 1867)*

Tras la unificación del país por tres shoguns sucesivos, la familia Tokugawa controla el país desde la nueva capital política y administrativa, Edo (actual Tokio), aunque la corte imperial pertenece a Kioto. El país se cierra al exterior y se expulsa toda influencia extranjera incluido el cristianismo. Predomino de ideas confucionistas de deber, orden y armonía.

- Período Moderno

En 1853, se produce la llegada del Comodoro Perry de la Marina americana para abrir los puertos japoneses al comercio internacional. Pronto le siguen los países europeos, los cuales consiguen también tratados comerciales ventajosos, en parte debido a su superioridad militar. Este hecho, junto con presiones internas, da lugar a revueltas que llegan a derrocar a los Tokugawa y a establecer un sistema de monarquía parlamentaria bajo a renovada autoridad imperial. Así se inicia el periodo llamado Restauración Meiji.

Estableciendo oficialmente la capital en la actual Tokyo, Japón se abre al resto del mundo y se desarrolla hasta el punto de enfrentarse y derrocar en sendas guerras a China (1894) y a Rusia (1904), lo que conlleva la anexión de Corea como colonia de Japón.

La ideología ultranacionalista y militarista prevalece durante el primer tercio del siglo XX en Japón. La depresión de los años 30, la superpoblación y la falta de materias primas favoreció el respaldo de dicha ideología por la mayoría de la población. Finalmente Japón invadió varios países en Asia y ataco a los EE.UU. en Pearl Harbour. Tras la derrota de Hitler y sus aliados en la II Guerra Mundial, EE.UU. ocupa Japón.

La ocupación americana trajo consigo una serie de cambios reflejados en una nueva constitución que reduce e poder del emperador, garantiza las libertades básicas de opinión y religión y excluye el uso de la fuerza para resolver contenciosos internacionales. Japón disfrutó desde los años 60 de un crecimiento económico acelerado, convirtiéndose en la segunda potencia mundial, por detrás de EE.UU. Tras la década de los noventa, marcada por la profunda recesión, la economía japonesa se encuentra de nuevo en vías de recuperación y reactivación.

2.2. Situación, superficie y clima

El archipiélago Japonés, situado en el Océano Pacífico, al nordeste de Asia, comprende varios millares de islas, que se extienden de norte a sura lo largo de 2,800 km (desde la latitud de Burdeos hasta la del sur de Marruecos) y a lo ancho, sobre apenas 250 km. La superficie total del país es de 377,737 km². Las cuatro islas principales representan el 97% del país:

- Hokkaido, en el norte: 6 millones de habitantes. Ciudad principal: Sapporo.
- Honshu, la isla central y principal, supone tres quintas partes de la superficie total del país y reúne a más del 80% de los habitantes (98 millones, de los cuales una tercera parte se concentra en la metrópolis de Tokio – Yokohama, Osaka – Kobe - Kyoto y Nagoya).
- Shikoku, al sudeste: 4 millones de habitantes, de los que un tercio se concentra en el núcleo Fukuoka – Kokura – Kitakyushu.

Japón es un país montañoso, cubierto de bosques (68% de la superficie), y localizado en una zona de elevada actividad volcánica y sísmica. Tan solo un 27% de la superficie es relativamente llana, y solo un 14% se dedica a actividades agrícolas. El pico más alto de Japón es el Monte Fuji, un volcán inactivo de 3,766 metros de altitud. Son numerosos los volcanes y las fuentes termales.

El clima de Japón varía desde las condiciones sub – tropicales de Okinawa hasta el frío subártico en Hokkaido. El clima del norte es muy frío en invierno y caluroso en verano. En la zona centro que da al Pacífico, en la isla de Honshu, los inviernos no son muy fríos, pero los veranos resultan extremadamente húmedos y calurosos; la barrera que en esta isla forman los Alpes Japoneses hace que los inviernos sean mucho más duros que en la vertiente oeste, que da al mar de Japón. En el área de Tokio, las estaciones son muy causadas, con inviernos fríos y veranos muy calurosos y húmedos.

2.3. Demografía y Sociedad

La población japonesa asciende a 127, 410 millones de habitantes (Julio 2005). La tasa de natalidad es un 9.47 por 1000 y la de mortalidad es un 8.95 por 1000 (Noviembre 2004).

Una política educativa muy activa, con alto porcentaje de titulados superiores, y la formación profesional constante en el seno de las empresas, hace que los recursos humanos de Japón sean de alta calidad. Por otra parte en Japón se da prioridad a la armonía en las relaciones personales y al concepto de grupo. Los japoneses suelen ser muy laboriosos y diligentes.

El sistema de empleo vitalicio y la rotación profesional entre las distintas secciones dentro de la misma empresa tienden a formar a empleados polivalentes que son generalmente más apreciados que los especialistas. Este modelo laboral se ha hecho menos arraigado debido a la crisis económica en los últimos años.

La estructura demográfica está envejeciendo cada vez más debido a la baja tasa de natalidad y a la prolongación de la esperanza de vida. Se estima que en torno al 2020 una cuarta parte de la población será mayor de 65 años.

2.2.1. Población activa, desglose sectorial

La Población activa es de 66.6 millones de personas (Abril 2005) que representa el 52.2% de población total y el 60.6% de la población mayor de 15 años (109.9 millones). La tasa de actividad femenina es del 48.6%. La distribución por sectores de la población ocupada, 63.52 millones de personas (Abril 2005) es la siguiente: **Agricultura, silvicultura y pesca (4.3%)**, minería (0.1%), construcción (9.1%), industrias manufactureras (17.4%), servicios (69.1%), el desglose de este último se encuentra de la siguiente manera, electricidad, gas y agua (0.6%), transporte (5.0%), Comunicaciones (2.8%), distribución mayorista y minorista (17.7%), hotelería (5.2%), servicios financieros (2.4%), servicios inmobiliarios (1.1%), sanidad, medicina y bienestar (8.7%), educación y cultura (4.5%), otros servicios (17.4%) y funcionarios públicos (3.7%).

2.4. Estructura Política – Administrativa

2.4.1. Sistema Político

Japón está constituido como una monarquía parlamentaria de acuerdo con la Constitución de 1946 que sentó las bases y el marco político administrativo del Japón de hoy. Existen tres poderes políticos:

a) Poder Legislativo: la dieta o el parlamento bicameral es el órgano legislativo. Su función es similar al de los países occidentales: aprobar leyes, tratados, los presupuestos del estado, etc. La cámara baja (“Shugiin”, House of Representatives) posee supremacía sobre la Cámara Alta (“Sangiin”, House of Counsellors).

b) Poder Ejecutivo: El poder ejecutivo reside en el Gabinete del Gobierno que dirige y supervisa la Administración. El primer ministro investido por el Parlamento es el máximo responsable y es quien designa a los ministros.

c) Poder Judicial: Los tribunales de justicia de distintas instancias (unos 488 juzgados de carácter general de primera instancia, 50 tribunales de distrito, 8 tribunales altos y un solo tribunal supremo) forman el poder judicial.

2.4.1.1. Gobierno

Composición actual del gobierno

II. Producto Seleccionado

3.1. Competencia Local del Producto en el Mercado de la Exportación

Comercializadora y Exportadora Ahucatlan, de acuerdo a la busca de competencia local de empresas que exportan aguacate a nivel internacional se encontró la siguiente información:

Localización de Exportadores:

- Distrito Federal (1)
- Jalisco (4)
- Michoacán (9)

Tipo de Empresa:

Persona Moral / Organization (14)

Tipo de Exportación:

Ambos / Both (6) Directo / Direct (8)

Entre las empresas exportadoras se encuentran las siguientes:

Exportadora	AGROENLACES COMERCIALES INTERNACIONALES, S.A. DE C.V	www.agroenlaces.com.mx Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Morelia Ciudad: Michoacán
Exportadora	AGUACATEROS INTEGRADOS DE MICHOACAN, S. DE R.L. DE C.V.	www.aguacaterosim.com.mx Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Nuevo Parangaricutiro Ciudad: Michoacán
Exportadora	COCANMEX, S.A. DE C.V.	www.cocanmex.com.mx Entidad federativa: Estado de México. Municipio: Cuautitlan. Ciudad: Estado de México.
Exportadora	COMERCIALIZADORA DE FRUTAS ACAPULCO, S.A. DE C.V.	Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Tingaindin Ciudad: Michoacán
Exportadora	CONGELADORA ROSARITO	
Exportadora	EMPACADORA DE AGUACATES SAN LORENZO, S.A. DE C.V.	www.aguacate.com.mx Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan. Ciudad: Michoacán.

Exportadora	EMPACADORA SAN LORENZO, S.A. DE C.V.	www.aguacate.com.mx Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan. Ciudad: Michoacán.
Exportadora	ENLACE COMERCIAL INTERNACIONAL, S.A. DE C.V.	Entidad federativa: Distrito Federal. Municipio: Álvaro Obregón Ciudad: México.
Exportadora	FRESH DIRECTIONS MEXICANA, S.A. DE C.V.	www.freshdirections.com Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan. Ciudad: Michoacán.
Exportadora	FRESH EXPORT, S.P.R. DE R.L.	Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan Ciudad: Michoacana.

Otras:

Exportadoras	FRUTAS Y HORTALIZAS ORGANICAS DE MICHOACAN DE MEXICO, S.A. DE C.V.	www.donaguacato.com.mx Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan. Ciudad: Michoacana.
Exportadoras	AVOCADOS	www.kuazes.com.mx Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Apatzingan. Ciudad: Michoacana.
Exportadoras	MÉXICO CALIDAD SUPREMA	www.ntrzacatecas.com Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan Ciudad: Michoacana.
Exportadoras	SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA	www.senasica.gob.mx Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan Ciudad: Michoacana.
Exportadoras	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES EMPACADORES Y EXPORTADORES DE AGUACATE DE MICHOACÁN	Entidad federativa: Michoacán. Municipio: Uruapan Ciudad: Michoacana.
Exportadoras	LAMSA GROWERS	www.aguacatehassdemexico.com Entidad federativa: Estados unidos. Municipio: Tierra del rey suite #203, chula vista. Ciudad: Michoacana.

Fuente: <http://www3.promexico.gob.mx:8181/KBObjetosDeNegocioN.NetEnvironment/servlet/wpcconsultainicio?73527,,3,SI,SI,SI,2089,SI,1,aguacate+hass,1,0,3,,26,1,,0,0,7,SI>

08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
 0804 Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y
 mangostanes, frescos o secos.
 080410 - Dátiles.

08041001 Frescos.

3.2. Cifras Comerciales del Producto

Comercio mensual 2010 Valor en dólares Exportaciones

País	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	261,086	249,642	693,709	327,338	124,431	33,000	138,811	27,264	172,461	673,091	605,265	114,887
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	261,086	239,142	654,109	327,338	89,781	0	138,711	27,264	172,461	673,091	465,676	114,782
BELICE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	89	105
FRANCIA (REPUBLICA FRANCESA)	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	0	0
ARGENTINA (REPUBLICA)	0	10,500	0	0	34,650	33,000	0	0	0	0	139,500	0
AUSTRALIA (COMUNIDAD DE)	0	0	39,600	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Comercio mensual 2011

País	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Total	439,488	396,584	453,171	349,029	360,249
AUSTRALIA (COMUNIDAD DE)	0	40,560	0	0	0
ALEMANIA (REPUBLICA FEDERAL DE)	0	30	0	0	0
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	439,488	355,994	453,171	349,029	360,249

Comercio mensual 2010
Volumen en Kg

País	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	171,874	146,300	292,020	165,905	58,210	11,550	77,180	38,497	78,127	338,047	190,627	53,475
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	171,874	142,800	280,020	165,905	46,660	0	77,169	38,497	78,127	338,047	168,392	53,467
BELICE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	8
FRANCIA (REPUBLICA FRANCESA)	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0
ARGENTINA (REPUBLICA)	0	3,500	0	0	11,550	11,550	0	0	0	0	22,200	0
AUSTRALIA (COMUNIDAD DE)	0	0	12,000	0	0	0	0	0	0	0	0	

Comercio mensual 2011
Volumen en Kg

País	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Total	136,051	172,992	165,451	126,301	142,580
AUSTRALIA (COMUNIDAD DE)	0	12,000	0	0	0
ALEMANIA (REPUBLICA FEDERAL DE)	0	100	0	0	0
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	136,051	160,892	165,451	126,301	142,580

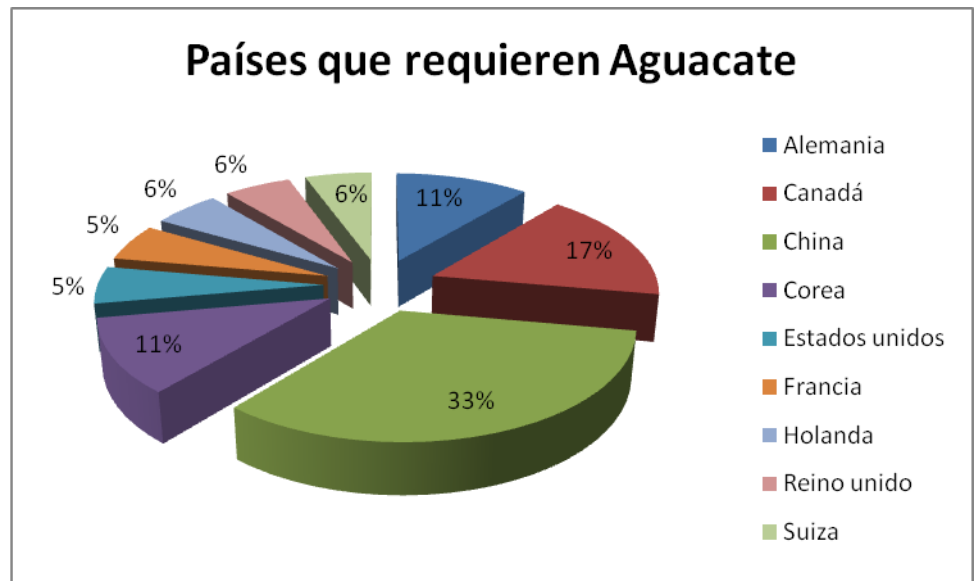
De acuerdo al análisis del mercado de consumo de aguacate hass a nivel internacional, se obtuvo información muy relévate lo cual se pude observar que el crecimiento de consumo de este producto a nivel mundial es muy impórtate, por lo que algunos de los siguientes países, requieren que se exporte aguacate para el consumo del mismo.

Entre los países que destacan en pedir que se exporte este producto son:

- Alemania.
- Canadá.
- China.
- Corea.
- Estados unidos.
- Francia.
- Holanda.
- Reino unido.
- Suiza.

En la siguiente grafica se muestra el número de empresas que requieren que se exporte el aguacate:

País	Empresas
Alemania	2
Canadá	3
China	6
Corea	2
Estados unidos	1
Francia	1
Holanda	1
Reino unido	1
Suiza	1

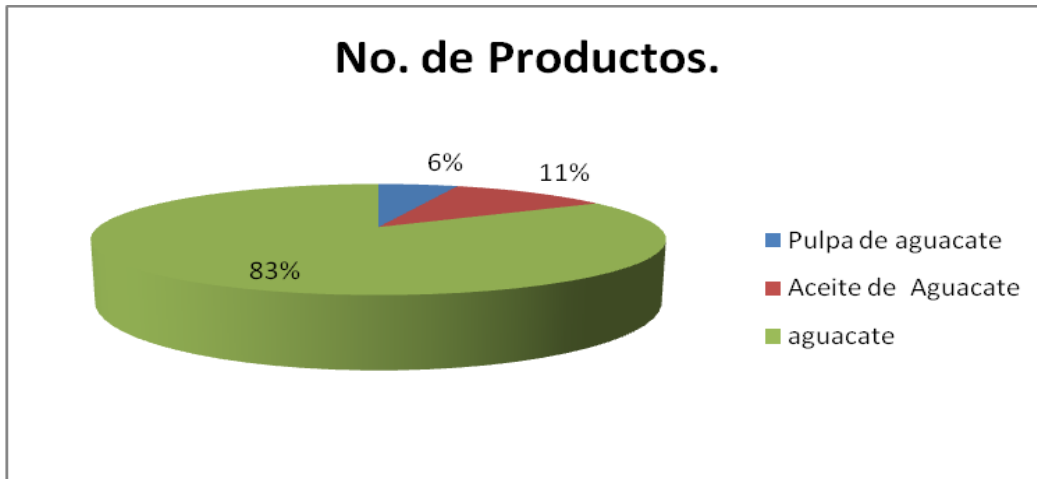


Productos que más requieren los países que requieren la exportación de aguacate.

1. Pulpa de aguacate.
2. Aceite de aguacate.
3. Aguacate.

Producto	No. de Exportación.
Pulpa de aguacate	1
Aceite de Aguacate	2
aguacate	15

La siguiente grafica muestra el número de productos y producto que se requiere para exportar.



3.3. Tendencia del Aguacate en el Mercado Internacional en Japón

Una de las tendencias del Consumo del aguacate es que los japoneses acostumbran a consumir este producto en su Comida.

Por lo que la cocina japonesa es muy rica y variada, los hábitos alimenticios de la raza oriental tienen mucho que ver con su longevidad y complexión, por los que podemos darnos cuenta el aguacate tiene algunas de estas propiedades , ya antes mencionadas.

La dieta nipona es una de las mejor balanceadas del mundo, pero a qué se debe, en gran parte a la filosofía de la cultura oriental, la cual se basa en la paciencia y el equilibrio y en honrar al cuerpo como el magnífico templo del alma.

Los japoneses no se abalanzan sobre la comida, la disfrutan, comen despacio, en pocas cantidades y varias veces al día, lo que acelera su metabolismo quemando así más rápido las calorías y desechando lo que el cuerpo no necesita.

También tienen mucho que ver los ingredientes básicos de la dieta, cada uno de ellos aportan sustancias claves para mantener un cuerpo sano.

El pescado es una parte esencial en la cocina japonesa, mediante su consumo se obtienen las proteínas necesarias para el buen funcionamiento del organismo, es también una fuente importante de ácidos grasos Omega 3 los cuales participan para una función cardíaca saludable.

Las verduras casi crudas conservan la mayor parte de sus propiedades y vitaminas.

El té verde contiene un poderoso antioxidante que contribuye a mantener la piel radiante, ayuda a que el organismo libere las toxinas y a que el intestino trabaje de forma regular.

Aunado a esto el arraigo de las artes marciales, no quiere decir que todos los japoneses sean karatecas pero si, el mantener y honrar al cuerpo forma parte de la cultura.

3.3.1. Gustos y preferencias

Información con base de las decisiones de compras y emocional.

- Exigente: búsqueda de la alta calidad es la norma de su consumo.
 - Severidad en la forma, el peso, el color, el tamaño de los productos y la rectitud del etiquetado.
 - Consistentes con las características e información.

Se antepone la calidad a la funcionalidad del producto.

- Precio: el precio no es muy importante, ya que si el producto es de buena calidad y cumplen con todas sus expectativas, no le importa pagar por el producto.
- Novedad: es un mercado maduro, en el cual el consumidor quiere siempre probar algo nuevo, por lo general se cansa rápidamente.
- Seguridad y tranquilidad: que el producto que consuman no genere ningún daño por lo que la confianza en la información de los productos es de gran importancia.
 - Certificaciones de calidad.
 - Trazabilidad.


3.3.2. Tendencias y sabores

La vida sana.

1. Búsqueda del bienestar en términos de la salud.
2. Preocupaciones por la seguridad y el medio ambiente.
3. Efectos de iniciativas del gobierno.
- 4.

Clasificación legal de los alimentos FHC

Medicamentos	Alimentos		
Fármacos	Alimentos para uso específicos de salud	Alimentos con funciones nutritivas	Alimentos generales (incluidos alimentos saludables).
	FOSHU		FNFC



Tendencia Y Sabores.

- Productos “cero” o bajo en grasas, sal , azúcar, calorías
- Productos orgánicos
- LOHAS: Lifestyle of health and sustainability



Introducción de comidas extranjeras:

- Modificaciones de hábitos tradicionales como por ejemplo: consume de pan y de grasas.
- Viajes al extranjero: repetir experiencias en el mercado local.

Comer fuera de casa y comida preparadas:

- Conveniencia.
- Alimentos precocidos, lunch box, listo para comer.

Sabores y aromas.

En Japón se distinguen los sabores por zonas:

- Norte: Clima más frío se consume más sal y cítricos.
- Kanto: Se consumen más carne de cerdo, frutas y leche.
- Kansai: Mas carne de res y postres
- Sur: Clima es subtropical y consumen alimentos dulces y con especias.

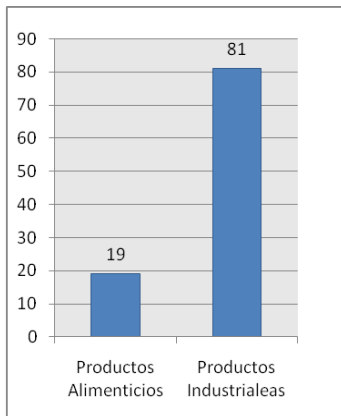
3.3.3. Usos y costumbres

Principales usos del aguacate en Japón:

- Se utiliza en comidas.
- Se consume como fruta ya que Contiene vitamina D, potasio, calcio, fósforo y magnesio, evita la formación de colesterol y previene la arterioesclerosis y Mantiene en buen estado el sistema nervioso.

Por lo que un 40% del consumo de alimentos frescos en Japón son productos importados, en este Sentido, se considera que las exportaciones de alimentos frescos mexicanos tienen grandes Posibilidades; principalmente el ajo, melón, aguacate, toronja, pepino, piña, fresa y limón.

Por lo que Comercializadora y Exportadora Aguacamex, decide exportar el Aguacate Hass, también otro motivo que tubo es que de acuerdo a la alianza AAE México - Japón, los Sector agropecuario entran libres de aranceles, en su totalidad de un 92% de las exportaciones agroalimentarias.



También otro factor clave es que el 19% de las exportaciones de México hacia Japón son bienes Agroalimentarios.

Por lo que Comercializadora y Exportadora Aguacamex, decide Importar Aguacate Hass a Japón, por su alta demanda, en su consumo, pero para importar el producto la empresa cuenta con las siguientes Normas de calidad con las que cuenta: Normas Mexicanas NMX-FF-016-SCFI-2006 y Norma Internacional Codex Stan-197-1995 Japón.

DECLARATORIA DE VIGENCIA DE LAS NORMAS MEXICANAS QUE SE INDICAN

CLAVE O CODIGO	TITULO DE LA NORMA
NMX-FF-016-SCFI-2006	PRODUCTOS ALIMENTICIOS NO INDUSTRIALIZADOS PARA USO HUMANO-FRUTA FRESCA-AGUACATE (<i>Persea americana</i> Mill)-ESPECIFICACIONES (CANCELA A LA NMX-FF-016-SCFI-2002).

Campo de aplicación

Esta Norma Mexicana establece las especificaciones de calidad que debe cumplir el aguacate (*Persea americana*) perteneciente a la familia de las Lauráceas, en su variedad Hass, para ser consumido en estado fresco, después de su acondicionamiento y envasado. Se excluye el aguacate para procesamiento industrial.

Esta Norma Mexicana se aplica al aguacate en estado fresco desde su envasado y durante su comercialización en el territorio nacional. No aplica para el aguacate Hass de cultivo orgánico.

Concordancia con normas internacionales

Esta Norma Mexicana es parcialmente equivalente a la Norma Internacional Codex Stan-197-1995.

Fuente de Información: <http://www.economia.gob.mx>.

Y se cuenta con la normas de calidad del Jas y Codex, que son las normas que rigen Japón, para la importación del aguacate en su país.

CLAVE O CODIGO	TITULO DE LA NORMA
CODEX STAN 197-1995)	ESTA NORMA SE APLICA A LAS VARIEDADES COMERCIALES DE AGUACATES OBTENIDOS (POR CULTIVARES) DE PERSEA AMERICANA MILL. (SYN. PERSEA GRATISSIMA GAERTN), DE LA FAMILIA LAURACEAE, QUE HABRÁN DE SUMINISTRARSE FRESCOS AL CONSUMIDOR, DESPUÉS DE SU ACONDICIONAMIENTO Y ENVASADO. SE EXCLUYEN LOS FRUTOS PARTENOCÁRPICOS Y LOS AGUACATES DESTINADOS A LA ELABORACIÓN INDUSTRIAL.

Campo de aplicación

Esta Norma Codex, indica que los aguacates deberán haberse recolectado cuidadosamente. Su desarrollo deberá haber alcanzado una fase fisiológica que asegure la continuidad del proceso de maduración hasta el final.

El fruto maduro no deberá tener sabor amargo.

El desarrollo y condición de los aguacates deberán ser tales que les permitan:

- soportar el transporte y la manipulación; y llegar en estado satisfactorio al lugar de destino.

Más información en: <http://www.codexalimentarius.net>

Concordancia con normas internacionales

Esta Norma Mexicana es parcialmente equivalente a la Norma Internacional NMX-FF-016-SCFI-2006.

Por lo que Comercializado y Exportadora Aguacamex toma en cuenta que el producto cumpla con las normas fitosanitarias como las que se describen a continuación los siguientes requisitos con las que debe contar el Aguacate Hass para su Importación:

- El aguacate debe de estar enteros.
- Los aguacates deben de estar sanos, deberán excluirse los productos afectados por podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptos para el consumo.
- Limpios, y prácticamente exentos de cualquier materia extraña visible.

- No contener plagas que afecten al aspecto general del producto.
- Estar prácticamente exentos de daños causados por plagas.
- Exentos de humedad externa anormal, salvo la condensación consiguiente a su remoción de una cámara frigorífica.
- No contar con olor y/o sabor extraños
- Deben estar Exentos de daños causados por bajas temperaturas.
- tener un pedúnculo de longitud no superior a 10 mm, cortado limpiamente.

Nota: Sin embargo, su ausencia no se considera defecto, siempre y cuando el lugar de inserción del pedúnculo esté seco e intacto.

Los aguacates que Importara la Comercializadora y Exportadora Ahucatlan, se clasificaran en tres categorías:

1. **Aguacates Hass “Extra”:** Los aguacates de esta categoría deberán ser de calidad superior. Su forma y color deberán ser característicos de la variedad.



2. **Aguacates Hass “primera”:** Los aguacates de esta categoría deberán ser de buena calidad y poseer el color y la forma característicos de la variedad.

- Defectos leves de forma y coloración.
- Defectos leves de la cáscara (tuberosidad, lenticelas ya sanadas) y quemaduras producidas por el sol, la superficie total afectada no deberá superar 4 cm².
- En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del fruto y en cuando haya pedúnculo, podrá presentar daños leves.



3. **Aguacates Hass “Segunda”:** Esta categoría comprende los aguacates que no pueden clasificarse en las categorías superiores, pero satisfacen los requisitos mínimos especificados en el punto 2, podrán permitirse.

- defectos de forma y coloración.
- defectos de la cáscara (tuberosidad, lenticelas ya sanadas) y quemaduras producidas por el sol; la superficie total afectada no deberá superar 6 cm².
- En ningún caso los defectos deberán afectar a la pulpa del fruto. Cuando haya pedúnculo, podrá presentar daños.



Nota: Todos las clasificaciones de aguacate Hass, no deberán tener defectos, salvo defectos superficiales muy leves siempre y cuando no afecten al aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación en el envase o empaque.

Presentación del producto.

Homogeneidad

El contenido de cada envase deberá ser homogéneo y estar constituido únicamente por aguacates del mismo origen, variedad, calidad y peso o calibre. La parte visible del contenido del envase deberá ser representativa de todo el contenido.



Empaquetado

Los aguacates deberán envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del envase deberán ser nuevos, estar limpios y ser de calidad tal que evite cualquier daño externo o interno al producto.

Contendrá unos sellos impreso de tinta no toxica, con indicaciones comerciales, y serán pegados con pegamento no tóxico.

Los aguacates deberán empacarse en empaques que se ajusten al Código Internacional de producto.

Descripción del Empaque

Los empaques que utilizaran la comercializadora y exportadora Aguacamex, serán de calidad, higiene, ventilación y resistencia necesarias para asegurar la manipulación, el transporte y la conservación apropiados de los aguacates, por lo que los empaques deberán estar exentos de cualquier materia y olor extraños.

Envases Destinados al Consumidor

Además de los requisitos de la Norma General del Codex para el Etiquetado de Alimentos Preenvasados (CODEX STAN 1-1985), se aplicarán las siguientes disposiciones específicas:

Producto

Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase deberá etiquetarse con el nombre del producto y, facultativamente, con el de la variedad.

3.3.4. Producto Sustituto del aguacate

Los productos que significarían un sustituto del aguacate son:

1. Aderezos
2. Mantequilla

3.4. Canal de distribución

En la parte de la distribución del Aguacate Hass a Japón, es el siguiente:

El Aguacate Hass será importados y comercializado a través de los siguientes canales y ruta de distribución, empezando por:

1. **Productor** (Comercializadora aguacatera de Michoacán S.A de C.V).
2. **Distribuidor** (Comercializadora y Exportadora Ahuacatlan, Pué.).
3. **Importador** (National Federation of Agricultural Co-operative Associations (ZEN-HO)

Diagrama:

1. **Salida de Comercializadora aguacatera de Michoacán S.A de C.V**
2. **Llegada del producto y empackado Comercializadora y Exportadora Ahuacatlan, Pué**
3. **Embarque Puerto de Ensenada para embarque del producto.**
4. **Destino National Federation of Agricultural Co-operative Associations (ZEN-HO).**







Fuente de información: <http://www.puertoensenada.com.mx/>

3. 5. Importadores potenciales

De acuerdo al análisis realizado solo 3 empresas son nuestros competidores potenciales ya que tienen experiencia por los años que llaveen importando la gran variedad de aguacates a diferentes países entre los que destacan más Estado Unido, Cañada y Japón.

En la tabla de abajo se describen los importadores potenciales.

Empresa	Información General	Importación
<p style="text-align: center;">COCANMEX, S.A. DE C.V.</p> 	<p>Razón social: COCANMEX, S.A. DE C.V. Tipo exportador: DIRECTO Inicio de exportación: 03/03/1989 Sector: COMERCIAL Domicilio Calle no. : ANTOINE LAVOISIER NO. 14 Colonia: PARQUE INDUSTRIAL CUAMATLA C.P. : 54730 Entidad federativa: ESTADO DE MEXICO Municipio: CUAUTITLÁN Ciudad: ESTADO DE MEXICO Rango de venta (dls.): 0 - 50,000 Empleados: 0 - 25 Medios de comunicación Descripción Código de ciudad Información TELEFONO 55 26204900 Si FAX 26204901 Si CORREO karlatron@cocanmex.com.mx Si PAGINA INTERNET www.cocanmex.com.mx</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estados unidos • Europa • Canadá • Japón
<p style="text-align: center;">EMPACADORA DE AGUACATES SAN LORENZO, S.A. DE C.V</p> 	<p>Razón social: EMPACADORA DE AGUACATES SAN LORENZO, S.A. DE C.V. Tipo exportador: DIRECTO Inicio de exportación: 03/11/1990 Sector: AGRICOLA Domicilio Calle no. : CARRERETARA URUAPAN-SAN JUAN NUEVO KM. 2.5 Colonia: JICALAN C.P. : 60090 Entidad federativa: MICHOACAN Municipio: URUAPAN Ciudad: MICHOACAN Rango de venta (dls.): 10,000,001 - 20,000,000 Empleados: 501 - 1,000 Medios de comunicación Descripción Código de ciudad Información TELEFONO 452 5248963 Si TELEFONO 452 5248962 Si FAX 452 5246840 Si CORREO info@aguacate.com.mx ORREO rruiz@aguacate.com.mx Si PAGINA INTERNET www.aguacate.com.mx</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estados unidos 2. Canadá 3. Japón

<p>FRESH DIRECTIONS MEXICANA, S.A. DE C.V</p>   <p>www.freshdirections.com</p>	<p>Razón social: FRESH DIRECTIONS MEXICANA, S.A. DE C.V. Tipo exportador: DIRECTO Inicio de exportación: 31/12/1996 Sector: AGRÍCOLA Domicilio Calle no. : PASEO LAZARO CARDENAS NO. 10 - C Colonia: MORELOS C.P. : 60050 Entidad federativa: MICHOACAN Municipio: URUAPAN Ciudad: MICHOACAN Rango de venta (dls.): 0 - 50,000 Empleados: 101 - 250 Medios de comunicación Descripción Código de ciudad Información TELEFONO 452 5248610 Si TELEFONO 452 5233282 Si CORREO freshmex@prodigy.net.mx Si PAGINA INTERNET www.freshdirections.com</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estados unidos 2. Europa 3. Canadá 4. Japón
--	--	---

3.6. Situación Actual del Precio local del producto

Del cierre de 2010 al 15 de junio de este año, el precio del aguacate aumentó 84 por ciento, un incremento que no se observaba desde 1999, según estadísticas de Banco de México.

En tiendas de autoservicio alcanzó un precio histórico de casi 70 pesos, según verificación de REFORMA y datos de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Por lo que existe una barrera el precio según el punto de venta, ya que, de acuerdo con datos de Profeco, las tiendas del ISSSTE y Wal-Mart venden el fruto entre 50 y 60 pesos, mientras que en los mercados populares llega a 70 pesos y en los Súperame alcanza los 79.90 pesos el kilo.

Esto sucede al mismo tiempo que las exportaciones del Aguacate Hass, alcanzan un nivel récord.

Productores y comercializadores de aguacate le atribuyen esta alza a una menor producción en la cosecha 2010-2011, la cual es 25 por ciento inferior a la temporada anterior.

Porque datos de la APEAM¹, comentan que hay una escasez en el mercado, estos tres meses (abril-junio) naturalmente siempre es más caro porque hay menos, pero en esta última cosecha menciona que hubo una reducción de alrededor del 25 por ciento, y explicó que dicha escasez fue resultado de una serie de eventos climatológicos, principalmente heladas y granizadas, que perjudicaron la producción.

¹.- APEAM: Asociación de productores y empacadores exportadores de aguacate de Michoacán A.C.

También comento que a este factor se le suma una mayor demanda por parte de los mercados extranjeros, sin embargo, el presidente de la APEAM resaltó que el mercado más importante para los aguacateros sigue siendo el nacional, por lo cual consideran que los precios tan elevados, lejos de ser un beneficio, podrían perjudicar al sector.

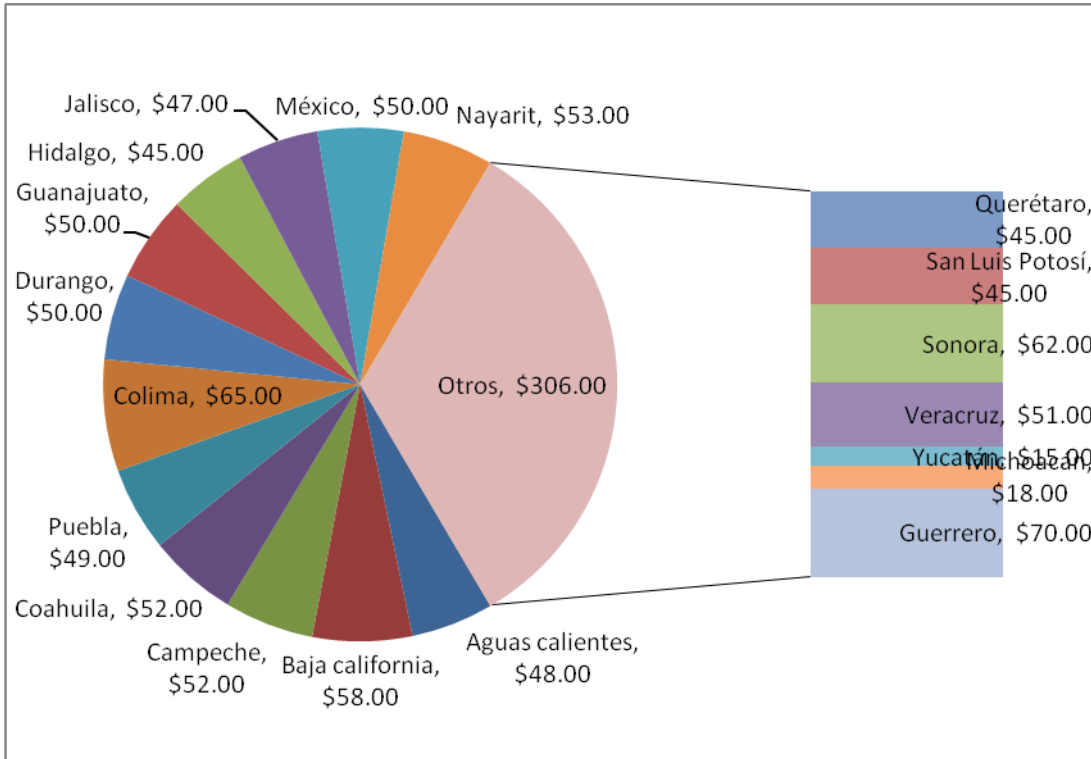
Precio local del Aguacate Hass en México:

Como antecedentes tenemos, que los precios del aguacate se mantendrán elevados durante julio, pero comenzarán a descender en agosto y para octubre podrá encontrarse el producto por debajo de los 30 pesos el kilogramo, previó.

Pero a continuación se detallara en la siguiente tabla los precios promedios del aguacate a nivel local:

Aguacate Hass	Precio Frecuente en el mercado X kilogramo.
Aguas calientes	\$48. ⁰⁰ kg.
Baja california	\$52. ⁰⁰ kg -58. ⁰⁰ kg.
Campeche	\$52. ⁰⁰ kg.
Coahuila	\$52. ⁰⁰ kg.
Puebla	\$49. ⁰⁰ kg.
Colima	\$65. ⁰⁰ kg.
Durango	\$50. ⁰⁰ kg.
Guanajuato	\$50. ⁰⁰ kg.
Hidalgo	\$45. ⁰⁰ kg.
Jalisco	\$46. ⁰⁰ - 47. ⁰⁰ kg.
México	\$50. ⁰⁰ kg.
Nayarit	\$53. ⁰⁰ kg.
Querétaro	\$45. ⁰⁰ kg.
San Luis Potosí	\$45. ⁰⁰ kg.
Sonora	\$58. ⁰⁰ - 62. ⁰⁰ kg.
Veracruz	\$33. ⁰⁰ - 51. ⁰⁰ kg.
Yucatán	\$15. ⁰⁰ kg.
Michoacán	\$18. ⁰⁰ kg.
Guerrero	\$70. ⁰⁰ kg.

Como se puede observar en la siguiente grafica muestra el esto donde esta elevado el precio del aguacate en México a nivel Local:



Como podrán observar haciendo un análisis sobre el precio a nivel local por kilogramo, se puede mencionar que:

Precio Máximo: \$70.00

Precio Mínimo: \$15.00

Precio Promedio: \$50.00

Nota: En las siguientes tablas se mencionan por estado y lugar en donde se oferta el producto, su precio mínimo, máximo y frecuente.

Producto			Calidad			
Aguacate Hass			Primera			
Presentación	Origen	Destino	Precio Mín	Precio Max	Precio Frec	Obs.
Frutas						
Kilogramo	Michoacán	Aguascalientes: Centro Comercial Agropecuario de Aguascalientes	43.00	48.00	48.00	
Caja de 10 kg.	Michoacán	Baja California : Central de Abasto INDIA, Tijuana	520.00	520.00	520.00	
Caja de 10 kg.	Jalisco	Baja California Sur: Unión de Comerciantes de La Paz	580.00	650.00	580.00	
Caja de 13 kg.	Distrito Federal	Campeche: Mercado "Pedro Sáinz de Baranda", Campeche	520.00	520.00	520.00	
Caja de 10 kg.	Michoacán	Coahuila: Central de Abasto de La Laguna, Torreón	500.00	512.00	512.00	
Kilogramo	Jalisco	Colima: Centros de distribución de Colima	55.00	69.00	65.00	
Kilogramo	Puebla	Chiapas: Central de Abasto de Tuxtla Gutiérrez	49.00	54.00	49.00	
Caja de 9 kg.	Michoacán	DF: Central de Abasto de Iztapalapa DF	450.00	480.00	470.00	
Kilogramo	Michoacán	Durango: Central de Abasto "Francisco Villa"	50.00	55.00	50.00	El precio máximo es para calidad XXL.
Caja de 10 kg.	Michoacán	Durango: Centro de Distribución y Abasto de Gómez Palacio	500.00	512.00	510.00	
Kilogramo	Michoacán	Guanajuato: Central de Abasto de León	50.00	54.00	52.00	
Kilogramo	Michoacán	Guanajuato: Mercado de Abasto de Celaya ("Benito Juárez")	45.00	52.00	50.00	
Kilogramo	Michoacán	Guanajuato: Módulo de Abasto Irapuato	30.00	35.00	33.00	
Kilogramo	Michoacán	Guerrero: Central de Abastos de Acapulco	70.00	70.00	70.00	
Caja de 24 kg.	Michoacán	Hidalgo: Central de Abasto de Pachuca	1,080.00	1,080.00	1,080.00	
Caja de 10 kg.	Michoacán	Jalisco: Mercado de Abasto de Guadalajara	460.00	470.00	460.00	
Caja de 10 kg.	Michoacán	Jalisco: Mercado Felipe Ángeles de Guadalajara	470.00	470.00	470.00	
Caja de 20 kg.	Michoacán	México: Central de Abasto de Ecatepec	950.00	1,040.00	1,000.00	
Caja de 20 kg.	Michoacán	México: Central de Abasto de Toluca	1,100.00	1,160.00	1,100.00	
Caja de 19 kg.	Michoacán	Michoacán: Mercado de Abasto de Morelia	850.00	860.00	860.00	
Caja de 20 kg.	Michoacán	Morelos: Central de Abasto de Cuautla	1,000.00	1,050.00	1,050.00	

Caja de 10 kg.	Michoacán	Nayarit: Mercado de abasto 'Adolfo López Mateos' de Tepic	530.00	550.00	530.00	
Caja de 10 kg.	Michoacán	Nuevo León: Mercado de Abasto "Estrella" de San Nicolás de los Garza	480.00	500.00	490.00	
Caja de 10 kg.	Distrito Federal	Oaxaca: Módulo de Abasto de Oaxaca	550.00	560.00	550.00	
Caja de 18 kg.	Michoacán	Puebla: Central de Abasto de Puebla	1,008.00	1,044.00	1,044.00	
Kilogramo	Michoacán	Querétaro: Mercado de Abasto de Querétaro	45.00	55.00	50.00	
Caja de 14 kg.	Distrito Federal	Quintana Roo: Mercado de Chetumal, Quintana Roo	450.00	450.00	450.00	
Kilogramo	Michoacán	San Luis Potosí: Centro de Abasto de San Luis Potosí	45.00	55.00	45.00	
Kilogramo	Jalisco	Sinaloa: Central de Abasto de Culiacán	62.00	62.00	62.00	
Kilogramo	Michoacán	Sonora: Central de Abasto de Cd. Obregón	55.00	58.00	58.00	
Kilogramo	Michoacán	Sonora: Mercado de Abasto "Francisco I. Madero" de Hermosillo	56.00	60.00	58.00	
Caja de 10 kg.	Michoacán	Tabasco: Central de Abasto de Villahermosa	490.00	500.00	490.00	
Caja de 10 kg.	Nuevo León	Tamaulipas: Módulo de Abasto de Reynosa	600.00	620.00	600.00	
Caja de 18 kg.	Michoacán	Veracruz: Central de Abasto de Jalapa	970.00	980.00	970.00	
Caja de 13 kg.	Puebla	Veracruz: Central de Abasto de Minatitlán	700.00	705.00	700.00	
Caja de 10 kg.	Puebla	Veracruz: Mercado Malibrán	480.00	510.00	510.00	
Caja de 9 kg.	Distrito Federal	Yucatán: Central de Abasto de Mérida	440.00	460.00	450.00	
Caja de 12 kg.	Distrito Federal	Yucatán: Centro Mayorista Oxkutzcab	500.00	500.00	500.00	
Kilogramo	Michoacán	Zacatecas: Mercado de Abasto de Zacatecas	18.00	18.00	18.00	

PRECIO MÍNIMO: El valor más bajo de la cotización dentro de una muestra

PRECIO MÁXIMO: El valor más alto de la cotización dentro de una muestra

PRECIO FRECUENTE: Es el dato que más se repite en la muestra (moda)

Fuente de información: <http://www.economia-sniim.gob.mx>

Aspectos Técnicos

Etiquetado del Producto

4.1 Propuesta de la etiqueta del producto



4.2 Propuesta de etiqueta del envase



4.3 Nombre comercial del producto



- **AGUACA** = Aguacate
- **MEX** = Mexicano

4.4 Nombre y dirección del productor, exportador, importador, distribuidor.

- **Dirección productor: Sociedad Anónima**
Privada libertad A N° 27, Col. Benito Juárez
San Pablo Xochimehuaca, cp. 72014
Tel. 2222887434
Fax extensión (21)(2222887434)
- **Dirección exportador: Comercializadora y Exportadora Ahuacatlan, Pué.**
Calle; sol, N° 13387, Col. San Alfonso
Ahuacatlan, Puebla, cp. 72490
Tel. 2222415557
- **Dirección importador: National Federation of Agricultural Co-operative Associations (ZEN-HO)**
1-8-3 Otemachi Chiyoda-ku
Tokyo 100-0004 (JA Building)
Tel. (03) 32457126
- **Dirección distribuidor: Sumisho Fruit Co. Ltd.**
CN Building
8F 2-8-3 Kiba, Kot-ku
Tokyo 1350042

4.5 País de origen MEXICO

4.6 Registro ante la autoridad competente

Referencia	Número	Año adopción	de	Título	Revisión	Año	Enmienda	Año
CODEX STAN	197	1995		Norma para el Aguacate			1	2005

Información Básica

CATEGORÍA	Frutas y verduras frescas
Título	Norma para el Aguacate
Título	Norme pour les avocats
Título	Norma Para El Aguacate
VOLUMEN	5B
De referencia	CODEX STAN 197
Año	1995

Revisión, enmiendas, etc

Enmienda	1	Año	2005
-----------------	---	------------	------

4.7 Peso neto, cantidad del producto, volumen

DISPOSICIONES RELATIVAS A LA CLASIFICACIÓN POR CALIBRES

El peso mínimo de los aguacates deberá ser de 125 g.

El calibre se determina por el peso del fruto; de acuerdo con el siguiente cuadro

CALIBRES	RANGO PARA ESTADOS UNIDOS (g)	RANGO PARA JAPÓN (g)*	RANGO PARA CANADÁ Y CENTRO AMÉRICA (g)	RANGO PARA EUROPA (g)*
12	-	-	306 - 365	306 - 365
14	-	-	266 - 305	266 - 305
16	-	-	236 - 265	236 - 265
18	-	-	211 - 235	211 - 235
20	-	286 - 305	191 - 210	191 - 210
22	-	-	171 - 190	171 - 190
24	-	212 - 278	156 - 170	156 - 170
30	-	170 - 211	-	-
32	334 - 378	-	-	-
36	298 - 333	-	-	-
40	259 - 297	-	-	-
48	212 - 258	-	-	-
60	175 - 211	-	-	-
70	139 - 174	-	-	-

JAPON

Tamaños	Rango en Gramos
24	205-265
30	170-204

CONTENEDOR DE CARTON

Peso Neto	6 Kg.
Medidas	43.9 cm X 33.1 cm X 11.0 cm

4.8 Instrucciones de uso y de almacenamiento

El contenido de cada envase deberá ser homogéneo y estar constituido únicamente por aguacates del mismo origen, variedad, calidad y calibre. La parte visible del contenido del envase deberá ser representativa de todo el contenido.

Los aguacates deberán envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del envase deberán ser nuevos, estar limpios y ser de calidad tal que evite cualquier daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamento no tóxico.

4.6.1 Refrigeración

La empacadora debe contar con cámara de pre enfriamiento

- El intervalo de temperatura en el fruto debe ser de 3.5 a 6.0°C
- El intervalo de temperatura en la cámara de refrigeración debe ser la adecuada para los requerimientos de conservación del producto.

4.6.2 Transporte o embarque

Caja del transporte, refrigerada, limpia y cerrada al llegar a la empacadora

- Equipo de refrigeración funcionando correctamente
- Registro de temperatura del equipo de refrigeración del transporte, que demuestre que se alcanza y se mantiene las temperaturas requeridas para la conservación del producto.
- Sello de inviolabilidad del contenedor o transporte.

i. Envasado

- Cartón grueso, corrugado de 43.3 x 33.1 cm x 11.0 cm
- Estiba máximo de 5 cajas

4.9 Fecha de producción

1 de julio de 2011

4.7.1 Caducidad mínima

1 de agosto de 2011

4.10 Número de lote

Lote. 1

4.11 Sello o indicación del cumplimiento de normas de calidad

Mantener la calidad de los productos significa aumentar la confiabilidad de estos, ante los consumidores.

Un punto importante cuando se considera ingresar o consolidarse en el mercado japonés es el uso de la etiqueta no sólo porque provee una garantía de calidad, sino que también ayuda a proteger al consumidor al mostrar claramente la integración de los productos y por lo tanto, proveer la seguridad necesaria para efectuar una compra.

"La Ley sobre la Estandarización de Productos Agrícolas y Forestales y Racionalización de las Etiquetas de Calidad" se conoce como Ley de Normas Agrícolas Japonesas, o la Ley JAS. Esta ley determina normas de calidad y establece reglas para el etiquetado de la calidad y para poner la marca JAS. La Ley se promulgó para garantizar a los consumidores que el etiquetado y la calidad se ajustan a cierta norma. Los reglamentos que rigen a productos específicos se publican periódicamente.

El uso de la marca JAS en las etiquetas es voluntario y no hay ninguna presión legal sobre los productores o vendedores al menudeo para garantizar que los productos se ajustan a las normas JAS. Sin embargo, los reglamentos que rigen al etiquetado de los productos son obligatorios para los productos especificados por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca.

Hay un número cada vez mayor de productos agrícolas y forestales, tales como alimentos procesados, cuya calidad no es distinguible con facilidad. Por este motivo, los consumidores están exigiendo que el etiquetado de calidad de estos productos sea obligatorio. A este respecto, la marca JAS es de gran ayuda para el consumidor a fin de permitirle determinada calidad y el contenido de un producto en particular.

Marca orgánica JAS

Esta marca esta estampada en aquellos productos agrícolas que cumplen con los estándares orgánicos JAS. Los productos que llevan esta marca pueden ser etiquetados como orgánicos.



Organismo encargado de supervisar el producto

La división de estándares y etiquetado, agencia de relaciones del consumidor y seguridad de agricultura, forestación y pesca (MAFF)

Tel: 03 0501 3727

Fax: 03 3502 0594

Programa de Mercadotecnia Mundial

PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL PARA LA EXPORTEACION DEL AGUACATE

Objetivo del plan de mercadotecnia de exportación

Lanzar nuestro producto en el mercado internacional, introduciéndolo en la preferencia del mercado japonés, expandiendo la demanda de nuestro producto y de nuestra empresa en dicho mercado y generando el reconocimiento a nivel mundial de nuestra marca.

Introducción

México principal proveedor de aguacate fresco a Japón

México ha mantenido el primer lugar en las exportaciones de aguacate fresco a Japón, después de que se logró romper el intermediarismo que afectaba a las exportaciones mexicanas, a través de *bróker* norteamericanos, principalmente. En el 2004, México captó el 98.3% del mercado de aguacate en Japón, seguido de Chile con el 0.89%, Nueva Zelandia y Estados Unidos con el 0.77% y el 0.027%, respectivamente.

Debido a la posición que ocupa México como principal proveedor de aguacate, es necesario abastecer, de manera oportuna, la demanda japonesa de aguacate durante todo el año.

MERCADO

El mercado al que se eligió es JAPON

Este mercado se convirtió en el segundo mas importante para México. La demanda ha tenido un crecimiento explosivo ya que en 10 años se incremento de 2,2270 toneladas a casi 25 mil toneladas en la temporada 2003-2004. El aguacate mexicano es líder de calidad y el numero de exportaciones limitado

En términos de los principales indicadores económicos, Japón sigue siendo la segunda economía del mundo con elevados niveles de ahorro, reservas internacionales y alto poder financiero. Si bien su crecimiento económico no repuntó en la última década, Japón se mantuvo como una potencia económica mundial.

Japón importante importador de productos agropecuarios

Por su parte, Japón se ubicó en el tercer lugar entre los principales países importadores de productos agropecuarios en dicho año, al registrar importaciones por USD \$58,457 millones, lo que representó el 8.6% de las importaciones mundiales.

DEFINICION DEL PRODUCTO

El aguacate

El aguacate es un fruto de origen tropical, aunque actualmente está disponible en supermercados de Europa durante todo el año. Proviene de un árbol lauráceo de gran tamaño, frondosidad y verdor. Oficialmente se dice que su origen es en América Central, aunque también hay quien

acredita su nacimiento en las Antillas o, incluso, como sugiere su nombre científico (*Persea gratissima*), en la remota Persia.

Por su forma, similar a una pera de corteza verde intenso y con un hueso ováceo en el centro, los aztecas le dieron el nombre de ahucatl, que significa testículo (así sentaron las bases de su leyenda afrodisíaca).

Componentes que posee

Esta fruta contiene una serie de vitaminas, ácidos, aminoácidos y minerales que lo hacen sumamente saludable, e incluso una buena opción para los problemas cardíacos (entre otros). Tiene diez vitaminas, entre las que se destacan la vitamina E, el ácido fólico y el glutatión. Asimismo, diez ácidos grasos, de los cuales cinco son mono y poli-insaturados, destacándose los Omega-9, Omega-7, Omega-6 y Omega-3. Este último forma parte de la protección contra el cáncer. Así también contiene β -Sitosterol, el cual previene la acumulación de colesterol.

Posee, además, diez aminoácidos esenciales (Arginina, Fenilalanina, Histidina, Isoleucina, Leucina, Lisina, Metionina, Treonina, Triptófano, Valina) los cuales son requeridos en la síntesis de proteínas y para un mejor metabolismo celular.

Está compuesto por diez elementos minerales: Calcio, Cobre, Fósforo, Hierro, Magnesio, Manganeso, Potasio, Selenio, Sodio y Zinc. Todos ellos empleados para el buen funcionamiento del metabolismo celular y la circulación sanguínea.

Todos estos compuestos, en conjunto, al consumirse en una sola fruta de aguacate, promueven una vida sana, vitalizan el sistema inmunológico, mejoran la visión, protegen a las células de los daños por estrés, previenen las enfermedades cancerígenas y del hígado, mejoran la digestión de alimentos y protegen el músculo cardíaco.

El aguacate aporta además de agua, proteínas, carbohidratos, fibras, vitaminas, minerales y una pequeña proporción de azúcar natural, es antioxidante y la mayor fuente de luteína de entre las 20 frutas más consumidas, por lo que protege de enfermedades oculares como las cataratas y la degeneración macular.

Hay estudios científicos que incluso aseguran que **la pulpa del aguacate tiene un gran valor nutritivo**, semejante al de una porción de carne, por lo que también es recomendado en dietas vegetarianas como sustituto de esta proteína.

Nosotros somos fieles consumidores de aguacate, por eso nos gusta conocer las variedades existentes, resumiremos las cinco que más conocemos, por ejemplo, el más común es el **aguacate Hass**, de tamaño medio y ovalado, con piel gruesa que se oscurece con la maduración.

COMPETENCIA

– Análisis de la competencia

Checar con la parte de competencias de la sección selección del producto para que la información sea la misma pag. 42

BENCHMARKING

EMPRESAS EXPORTADORAS A JAPON	PRODUCTOS QUE EXPORTAN	PAÍSES QUE EXPORTAN	EMPACADORAS EN LA REPUBLICA CON LAS QUE CUENTA	Precio en venta
	Mango Aguacate Piña	Europa E.U.A Japón	Colima Oaxaca Sinaloa	380 por caja de 24 pzas.
	Aguacate Guacamole	Europa Canadá Japón E.U.A	Michoacán	
	Granos y Varias frutas Incluyendo Aguacate.	Europa Canadá Japón E.U.A	Republica Dominicana	
	aguacate	Japón	Puebla	

--	--	--	--	--

Análisis FODA de AGUACAMEX

<p>FORTALEZAS</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Japón consume considerablemente el aguacate.</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>Falta de publicidad y promoción internacional</p> <p>Falta de apoyos para comercializar</p> <p>Solo cuenta con un producto a exportar.</p> <p>Solo tiene una planta productora.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Precios altamente inestables.</p> <p>Se tienen muchos intermediarios.</p> <p>Existe riesgo de las plagas y enfermedades.</p>

POSICIONAMIENTO

México es el primer productor de aguacate, en Japón es muy consumido principalmente en la ciudad de Tokio y es llamado “ la mantequilla de la selva”. En Japón la participación del aguacate mexicano es del 96%, se debe aprovechar este mercado potencial de 120 millones de personas.

POSICIONAR EL PRODUCTO

Lo que se busca es posicionar al aguacate por ser un producto fresco originario de México, por su capacidad para elevar el sabor de cualquier comida, por su alto valor nutritivo y por propiedades cosméticas.

EXPONER LOS BENEFICIOS DEL PRODUCTO PARA EL CONSUMIDOR.

El aguacate es un fruto muy versátil, su sabor neutro permite infinidad de combinaciones a la hora de introducirlo en una receta, dulce, salada o picante, proporciona al paladar una textura fresca y untuosa, una delicia culinaria.

Pero además ofrece muchas propiedades beneficiosas para el organismo, uno de los beneficios más reconocidos del aguacate es la regulación del colesterol gracias al ácido oleico que posee, a las grasas mono saturadas combinadas con el contenido de beta sitosterol, pero hay que tener en cuenta que también aporta mayor cantidad de calorías que muchas frutas.

El alimento como curación

Desde siempre se utilizó a los alimentos como método de curación. Acontece que en esta época por los grandes adelantos tecnológicos, científicos y médicos, todo se ha modificado. Pero como siempre, todo vuelve. Hipócrates, el padre de todas las medicinas, decía: "Que tu medicina sea tu alimento, que tu alimento sea tu medicina".

Aquí conoceremos las propiedades curativas que tiene el aguacate (aunque debemos entender que no actúa como los fármacos de acción directa e instantánea). Éste, además de sabroso, en su pulpa contiene gran cantidad de ácidos grasos mono insaturados, muy apropiados para el control de colesterol y de los triglicéridos; además aporta vitaminas del grupo B que también ayudan a tener un efecto protector sobre el músculo cardíaco, para lo cual conviene consumir dos aguacates por semana.

El aguacate es una fruta que mejora la calidad de vida al contar con la mayoría de elementos requeridos para una dieta saludable, previniendo enfermedades y, en algunos casos, sanándolas.

Por qué aliado del corazón

Contiene ácido oleico, el cual es un tipo de grasa que ayuda a reducir los niveles de colesterol. Su consumo, debido a la calidad de su grasa, está especialmente recomendado en dietas de control de colesterol, aunque por su elevado aporte calórico se debe cuidar la cantidad a ingerir. Según un nuevo estudio, el aguacate tiene casi el doble de vitamina E de lo que se pensaba. A esta vitamina se la conoce por retrasar el proceso de envejecimiento y proteger contra las

enfermedades cardíacas y los tipos comunes de cáncer. Después del aguacate, las frutas con mayor contenido de vitamina E son el kiwi, la nectarina, las uvas y el durazno. De acuerdo con este mismo estudio, entre los fitoquímicos hallados en los aguacates se encuentra el glutatión, que funciona como un antioxidante similar a la vitamina E. La fruta también contiene cuatro veces más beta sitosterol que cualquier otra, lo cual ayuda a reducir el colesterol.

EMBALAJE

Embalaje del producto: factores de forma, precios, aspecto y estrategia.

Para la exportación del aguacate mexicano este presenta diferentes calibres de aguacate, al momento de la recepción del embarque y medidas exactas de los envases de cartón disponibles

Especificaciones del envase de cartón	
Peso Neto (Kg)	Medidas (Cm)
10 Kg	44.0 X 35.0 X 13.0 Cm.
Peso Neto Libras (Av)	Medidas Pulgadas (Av)
22.05 Libras (Av)	17.3 X 13.8 X 5.1 Pulgadas
Especificaciones del envase de madera	
Peso Neto (Kg)	Medidas (Cm)
10 Kg	44.0 X 30.0 X 17.5 Cm.
20 Kg	49.5 X 31.5 X 29.0 Cm
Peso Neto Libras (Av)	Medidas Pulgadas (Av.)
Medidas de 22.05	17.3 X 11.8 X 6.9 Pulgadas
Medidas de 44.09	19.5 X 12.4 X 11.4 Pulgadas

Checar con lo de yeimy para que concuerde, eso creo.

ESTRATEGIAS DE LANZAMIENTO

– Plan de lanzamiento: si se está presentando el producto

En este caso se planea que el lanzamiento sea en una feria ya que ahí se presenta más gente y se puede exponer el producto, así como dar pruebas de él y repartir trípticos y generar interés en el consumo de nuestro aguacate hass.

Posteriormente poner carteles en mercados y tiendas de autoservicio

– Presupuesto de la promoción

Aproximadamente se calcula una inversión de 2,000,000 millones pesos

- Estrategias de comunicación:

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PREVISTAS

Una campaña de aproximadamente \$ 2, 000,000 millones pesos por parte de la empresa de Aguacate, incluye televisión y spots de radio, carteles en clubes de salud, la publicidad en vallas, patrocinado de eventos, participación en ferias, marketing directo e internet.

- Presencia en internet.

Te planea hacer una página de internet donde contenga toda la información del producto en japonés así como diferentes recetas para usarlo como en batidos, postres y ensaladas, se podrán hacer también pedidos vía internet, se pondrá un contabilizador de entradas a la pagina para llevar un control y poder así contabilizar el número de visitantes a la pagina para así saber la aceptación que tiene el producto. Se pondrá el lugar donde se plantan para que tenga también proyección México como un lugar de importancia agrícola promoviendo el municipio donde se produce el aguacate

PUBLICIDAD

Modernizar el logotipo y dar una excelente presentación al producto ante los consumidores japoneses ya que esto es parte de la imagen y seguridad que la empresa proyectara ante sus compradores, así mismo se tiene que involucrar la empresa en la cultura japonesa.

Las campañas de publicidad del aguacate en Japón se realizaran con el fin de promover y difundir los siguientes puntos que se ha considerado:

- Su consumo
- Sus propiedades benéficas para la salud
- Difundir nuevos patrones de consumo (sopas, ensaladas, guisados, cremas, bebidas, postres)
- Uso cosmético

Se podrá publicitar en ferias que existen en Japón una de ellas y la mas popular es FOODEX JAPAN esta ocupa el primer lugar en Asia y tercera a nivel mundial, es una feria especializada en alimentos y bebidas, se hace anual en el mes de marzo y participan aproximadamente 20,000 empresas.

BIOFACH JAPAN, feria especializada en alimentos orgánicos, feria anual organizada en el mes de septiembre



Este es la foto de un están que se puso en una de las ferias de Japón.

También se utilizaran carteles, trípticos y folletos así como una página de internet en japonés explicando las propiedades y características del aguacate hass.



Ejemplo de un espectacular que contiene en la parte superior la palabra AGUACATE en japonés y en la parte inferior del logotipo Aguacamex dice: "PRODUCTO DE MEXICO" en japonés, a un costado esta la bandera de México y del lado izquierdo una imagen de un aguacate y un platillo típico de Japón, sushi con aguacate.



El cartel contiene en el fondo el mar ya que Japón es una isla, después del deporte nacional que es el sumo, el segundo deporte más practicado es la natación, es por ello que se coloco la imagen de una nadadora, haciendo referencia a que se echen un clavado al sabor del aguacate y así sabrán sus beneficios. La imagen del aguacate y la nadadora en forma de caricatura ya que es muy famoso los animes en Japón, además que podría captar la atención de los niños y adolescentes. También contiene la palabra “aguacate” en japonés en la parte superior y “producto de México” en la parte inferior, en el centro se ubica el logo de nuestra empresa.

Ejecución de la estrategia:

Variables	Descripción de sus objetivos
Venta personal	<p>Concretar la venta de nuestro producto.</p> <p>Resolver dudas que tenga referente a nuestro producto</p>
Relaciones publicas y publicity	<p>Buscar clientes que gusten por nuestro producto.</p> <p>Hacer que los clientes se interesen por nuestro producto y lo adquieran.</p> <p>Hacer presencia en exposiciones o ferias.</p>
Promoción	<p>Dar pruebas del aguacate en diferentes platillos y promocionando platillos poco usuales para que vean su diversificación del producto en los alimentos, como malteadas, postres, ensaladas y hasta en la comida típica del Japón como el sushi.</p>
Publicidad	<p>Poner espectaculares en el metro ya que es mas usual que en la calle ya que por la zona de sismos es peligroso.</p> <p>Repartir folletos, que contenga la información nutrimental y de beneficios del aguacate hass. Ofertar el producto en ferias y centros comerciales.</p>
Mkt directa	<p>Generar ventas</p> <p>Incrementar participación en el mercado.</p> <p>Incrementar alianzas y mayoristas</p> <p>Captar clientes potenciales</p>

MEDIO	COBERTURA	AUDIENCIA	TIEMPO	PRECIO
Folletos y tripticos	Tokio, Nagano, Kioto, Osaka	Vendedores Intermediarios, mayoristas y minoristas. De las 4 ciudades importantes de Japón	De 1 a 2 meses	USD \$780,000
Marketing directo. Muestra de catalogo de platillos de aguacate	Centro de Japón	Principales vendedores en supermercados y organizadores de ferias de alimentos	1 a 3 mes	USD \$ 912,300
Espectacular	Mercados y metro de japon	40,000 mil personas x mes. Aprox.	3 meses	USD \$611,000 POR LA RENTA DE UN ESPECTACULAR

– Comparar con productos similares.

DISTRIBUCION POR CANAL

Japón es conocido por su por sus numerosos canales de distribución que tiene que pasar un producto importado antes de llegar al consumidor japonés. Las famosas (sogo sosha) en japonés tradings estas se encargan de importar una gran parte de los productos a todo el Japón. Este sistema es muy eficiente ya que distribuye cualquier producto en cualquier punto del país. Se debe uno asociar con algún importador japonés para lograr una mejor distribución del producto.

Se pretende tomar como canal de distribución las siguientes estrategias:

- 1.- Operar con importadores independientes, contactados directamente.
- 2.- Entregar el producto a una comercializadora en territorio extranjero.
- 3.- Operar con una firma en el mercado de destino, que actúe como agente o representante trabajando a base de comisiones.
- 4.- Establecer una oficina de representación en el mercado de destino que levante pedidos.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El mercado japonés es un mercado homogéneo en términos de ingreso promedio de sus consumidores, el 75% de los japoneses se consideran clase media, no existe una gran diferencia entre los ingresos de las personas de nivel bajo y alto.

El segmento estratégico de mercado, está en los jóvenes de 29 a 35 años, serán los consumidores potenciales, ya que ellos optan por estos productos que ayudarán a la regulación y prevención de los malos hábitos alimenticios, propicios de la edad.

PLANIFICACION

Prioridad	Objetivos Estratégicos (cualitativos)	Estrategias	Responsable	Período de ejecución	Costo Estimado
Difusión y publicidad	Dar a conocer las propiedades, beneficios de salud y el habito de consumir aguacate	Hacer spots publicitarios y repartirlos en los medios masivos locales, hacer trípticos con sus características y propiedades	Área de mkt	De 1 a 2 meses	\$ 798,000
Segmentar el mercado	Saber a que tipo de clientes queremos llegar y como llegar.	Ofertar el aguacate en varias presentaciones, como ensaladas, postres, cremas, sopas, etc		1 mes	\$ 520,000
Hacer alianzas	Tener apoyo de empresas para incrementar la distribución de nuestro producto así como su difusión sería conveniente formar un joint -ventures	Hacer alianzas con los medios de trasportes, mercados y minoristas		1 mes	\$ 124,500
Optimizar tiempos de ventas	Distribuir el aguacate cubriendo la zona que se desea llegar con eficiencia y en tiempo y forma.	Programar una ruta con la empresa que nos distribuirá para cubrir a todos los clientes		1 mes	\$ 100,000
Crear una oficina de la empresa en Japón	Solicitar información que se requiere para la implementación de una oficina en Japón	Pedir asesoría a la secretaria de relaciones exteriores y a BANCOMEXT.		1 semana	\$10,500
Crear conciencia y la cultura del consumo del	Crear en nuestro mercado el habito del consumo del aguacate	Se lograra con la campaña publicitaria		1 mes	\$123,000

aguacate					
----------	--	--	--	--	--

DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES

El departamento de exportación tiene como principal objetivo optimizar y concretar las tareas que contribuyan a generar ventas internacionales. Considerando que las ventas no son más que el resultado de la política de marketing, el departamento de exportación es un instrumento que optimiza y concreta las labores correspondientes al precio, producto, distribución y promoción, el denominado Marketing Mix.

En este caso el departamento de exportaciones de la empresa AGUACAMEX debe considerar los siguientes puntos.

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados.
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.
- Calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de sus costos.
- Contar con contratos internacionales que consideren los derechos y obligaciones de las partes.
- Contratar seguros.
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago.
- Usar cartas de crédito.
- Aprovechar los apoyos de fomento a las exportaciones del Gobierno Federal

Se deben resolver las siguientes preguntas

- ¿Qué producto deseo exportar?

Aguacate haas.

- ¿A qué mercado quiero exportar?

Japón

- ¿Cuál es la fracción arancelaria de mi producto?

Libre de arancel

- ¿Qué arancel debo pagar?

Ninguno

- ¿Qué normas debo cumplir?

Checar las normas del país al que se Importara.

- ¿Qué transporte es conveniente utilizar para exportar?

Avión. **Checar con la parte de selección del producto no concuerda.**

Conclusiones

Producto seleccionado:

De acuerdo al tratado AAE con Japón, se realizó un análisis en el cual, se observó, que solo el 1 % del aguacate mexicano está abasteciendo, el mercado japonés, además se nota que en su cultura, gustos y tendencia el aguacate Hass es muy aceptado, para su consumo, notando que la cultura japonesa es muy tradicional, los japoneses tienen la ideología de llevar una vida saludable, por lo que el Aguacate Hass, hace que sea muy bien recibido para su consumo, por las grandes propiedades que este contiene, al llevar una dieta saludable, ayudando a demás a funciones cardiacas y belleza, como manteniendo una piel radiante, todo estos valores se obtienen por el consumo del aguacate y por sus altos, valores nutricionales.

Por eso el aguacate fue el producto que Agucamex selecciona para su importación a Japón, ya que el producto está muy bien posicionado y aceptado para su consumo, además de su alta demanda en el mercado asiático, no solo Japón si no hay mas países que requieren de su importación como: Alemania, Francia, Holanda y Suiza.

Paginas consultadas para producto seleccionado:

<http://www.promexico.gob.mx>
<http://www.economia.gob.mx>
<http://www.puertoensenada.com.mx>
<http://www.economia-sniim.gob.mx>
http://www.codexalimentarius.net/web/standard_list.do?lang=es
<http://www.bancomext.com>
<http://www.economia-snci.gob.mx>
<http://madeinmexico.promexico.gob.mx>

Paginas consultadas para:

http://www.promendoza.com/organicos/pdf/normas_organicas_JAS_japon_2006_N20.pdf
<http://cendoc.esan.edu.pe/paginas/infoalerta/Agroexportacion/textocompleto/japon.pdf>
http://www.normich.com.mx/archivos/OC/mcs/PLIEGOS%20DE%20CONDICIONES%2012/PC_001_2004_Aguacate.pdf
http://www.codexalimentarius.net/download/standards/321/CXS_197s.pdf