

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD DE
ESPECIALIZACIÓN: INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTOS

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE HARINA DE TRIGO DESDE EL
SALVADOR HACIA LA CIUDAD DE HIDALGO MICHOACÁN MÉXICO

PRESENTADO POR:

DARWIN ERNESTO DÍAZ LINARES	L10805EL
ROSA ELIDA MURILLO RECIÑOS	L10805EL
LUIS ALONSO MINA MEJÍA	L10805EL

MAYO 2025

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERECTORA ACADÉMICA: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARIN
COORDINADOR GENERAL DE MSC. RONALD EDGARDO GALVEZ
PROCESOS DE GRADOS: RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTANEDA PINEDA
COORDINADOR DE PRODESOS: LIC. EDWIN DAVID ÁRIAS MANCÍA
GRADOS DE LA ESCUELA:
DOCENTE ASESOR: LIC. NORBERTO CALEB CANALES AGUIRRE
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. NORBERTO CALEB CANALES AGUIRRE
MSC. JULIO ALBERTO GARCIA HERNANDEZ
LICDA. JESSICA LISSETTE QUIJANO HERRERA

MAYO 2025

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios todopoderoso por permitirme llegar a este punto de la carrera, cada vez que pensaba en este momento lo veía siempre algo muy lejano, sin embargo, nunca perdía la esperanza de que tarde o temprano este momento llegaría, agradezco a cada uno de las personas que formaron parte desde camino, inclusive cuando se llegó el momento de la pandemia a causa del COVID-19, sentía que las cosas se complicarían en la Universidad debido a que generalmente cuando suceden situaciones de esta índole los procesos suelen retrasarse, sin embargo, el hecho de continuar en modalidad 100% virtual me dio la esperanza de seguir estudiando.

GRACIAS TOTALES ALMA MATER

Luis Alonso Mina Mejía

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas y entidades que han contribuido a la realización de este trabajo. En primer lugar, agradezco a mi equipo de trabajo, cuyos esfuerzos y dedicación han sido esenciales para la recopilación y análisis de datos. Su compromiso y profesionalismo han sido una fuente constante de inspiración. Por brindarme la oportunidad de desarrollar este plan de internacionalización. Su confianza y apoyo han sido fundamentales para llevar a cabo este proyecto. Un agradecimiento especial a nuestros entrevistados cuya aportación ha sido invaluable para entender mejor el mercado y las oportunidades de expansión en México.

Rosa Elida Murillo Recinos

Expreso mis totales agradecimientos, honor y misericordia a Dios por la vida, salud y oportunidad de continuar formándome académicamente. Deseo externar mis agradecimientos al equipo de trabajo con el cual hemos realizado esta investigación. Por las orientaciones, análisis, expansión de ideas, acceso a la información a nuestro asesor Licdo. Norberto Caleb Canales Aguirre. Me gustaría agradecer a todos los compañeros y compañeras que han satisfactoriamente realizado este proceso de especialización titulada “Especialización en Internacionalización de productos” en el cual sus aportes han sido valiosos en mi crecimiento personal y profesional.

Darwin Ernesto Díaz Linares

INDICE	
INTRODUCCIÓN	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	III
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 ANTECEDENTE	3
1.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
1.1.3 FORMULACIÓN	5
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.2.1 GEOGRAFÍA Y TEMPORAL	7
1.2.2 TEÓRICA	7
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.4 OBJETIVOS	10
1.5 MARCO TEÓRICO	11
1.5.1 HISTÓRICO	11
1.5.2 CONCEPTUAL	12
1.5.3 LEGAL	13
CAPITULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	15
2.1.1 MÉTODO	15
2.1.2 ENFOQUE	15
2.1.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	16
2.1.4 FUENTES	19
2.1.5 DETERMINACIÓN DE POBLACIÓN Y MUESTRA	21
2.1.6 DIAGNÓSTICOS DE INTERNACIONALIZACIÓN	21
2.1.7 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	27
CAPITULO III. PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN	33
3.1. PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN	33
3.2 CADENA DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN	46
3.3 PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE TRIGO HACIA MÉXICO.	86
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES	130
REFERENCIAS	131
ANEXOS	135

ÍNDICE DE TABLA

Tabla No.1: Matriz de congruencia del Plan de Internacionalización	6
Tabla No.2: Codificación de preguntas destinadas a las empresas a encuestar	17
Tabla No.3: Análisis de barreras y miedos de la empresa Harinsa S.A de C. V	22
Tabla No.4: Diagnóstico de Adaptación de Producto de la empresa	23
Tabla No.5: Evaluación con nivel de producto de la empresa	24
Tabla No.6: Factores de potencial de exportación	26
Tabla No.7: Análisis de barreras y miedos de Molinos de El Salvador	32
Tabla No.8: Precio de ventas para el proceso de exportación hacia México	48
Tabla No.9: Simulador Financiero de comercialización por tonelada	52
Tabla No.10: Información de contenedor terrestre	53
Tabla No.11: Información de fábrica	53
Tabla No.12: Clasificación de harina de trigo por grupos que se comercializa en México	73
Tabla No.13: Cronograma de actividades	97
Tabla No.14: Diagrama de empaque y embalaje	103
Tabla No.15: Presupuesto en televisión para anuncios publicitarios	104
Tabla No.16: Diagrama de políticas de plaza	110
Tabla No.17: Estrategia de Marketing Adaptado a México	112
Tabla No.18: Resultado trimestral	113
Tabla No.19: Presupuesto de políticas	124
Tabla No.20: División de Cuarentena Agropecuaria	143

Índice de Figuras

Figura No.1: Logotipo de la compañía HARINSA S.A de C.V	21
Figura No.2: Logotipo de la compañía GEMINA S.A de C.V	28
Figura No.3: Logotipo actual de la compañía MOLSA S.A de C.V	29
Figura No.4: Logotipo de la compañía HARINSA S.A de C.V	40
Figura No.5: Precios de contenedores en Crowley Maritime	44
Figura No.6: Diagrama de Intermediarios	45
Figura No.7: Ubicación geográfica de la bodega fiscal	45
Figura No.8: Localización de Comercializadora El Tapatío	46
Figura No.9: Análisis PESTEL	62
Figura No.10: Análisis FODA	74
Figura No.11: Presupuesto en radio y prensa para anuncios publicitarios	105
Figura No.12: Presupuesto de anuncios publicitarios en redes sociales	106
Figura No.13: Presupuesto de anuncios publicitarios en redes sociales II	108
Figura No.14: Diagnostico de Adaptación de Productos (DAP) – Harinsa	109
Figura No.15: Calculo de precio de exportación	127
Figura No.16: Cuadro resumen	128
Figura No.17: Videoconferencia con Ing. Juan Rafael Vidal Vidales	135
Figura No.18: Permisos para el flujo de harina de trigo	136
Figura No.19: Factura comercial de Harinsa S.A de C.V	136
Figura No.20: Packing list de Harinsa S.A de C.V	137
Figura No.21: Certificado de Origen	137
Figura No.22: Cargo manifest	138
Figura No.23: Modelo de carta de Porte	139
Figura No.24: Modelo de renovación de póliza	140
Figura No.25: Modelo de Declaración Única Centroamericana (DUCA)	141
Figura No.26: Modelo de Declaración Única Centroamericana (DUCA) II	142
Figura No.27: Tabla de División de Cuarentena Agropecuaria	143
Figura No.28: Prorratio	144
Figura No.29: Indicadores de KPI	145

INTRODUCCIÓN

La Ciudad de Hidalgo se encuentra ante una escasez de harina de trigo, obligando a los panificadores a incrementar el precio de sus productos provenientes de esta, en donde México como país se ha visto afectado por dicha situación, por otra parte, se puede decir que existen dos factores principales de la escasez de harina de trigo a nivel nacional. El primero se debe al conflicto armado entre Ucrania y Rusia lo cual ha contribuido a que Ucrania disminuya el nivel de producción, afectando a países como México que se han dedicado a importar harina de trigo, dejando de lado la producción de esta, La India por su lado ha establecido ciertas restricciones para la importación de trigo, impidiendo el libre flujo de dicho producto con países compradores.

Ante lo mencionado anteriormente, surge la necesidad de llevar a cabo un plan de internacionalización de producto que aparte de importar un determinado producto sea capaz de extender su cobertura fuera de los límites de la ciudad objetivo, en el presente trabajo se llevará a cabo un estudio de mercado que determine la factibilidad de la exportación de harina de trigo a la Ciudad de Hidalgo, México y posteriormente dicha ciudad se convierta en abastecedora de dicho producto a otras regiones aledañas, ante esto se ha considerado la posibilidad de que la empresa Harinsa S.A de C.V sea la distribuidora principal de harina de trigo.

Una vez analizada la problemática, se identifican las alternativas que pueden ser de mayor provecho para llevar a cabo este plan de internacionalización, en donde la importancia de realizar dicha investigación obedece a la necesidad de minimizar el impacto de escasez del producto, en el sector económico, se puede decir que el hecho de buscar alternativas diferentes a la importación de productos en los países comercializadores actuales puede significar una oportunidad a encontrar nuevos proveedores, en donde los precios del trigo pueden llegar a ser diversos y de esta forma encontrar los que se adecuen a las necesidades del cliente, respetando las normas sanitarias y fitosanitarias establecidas en tratados internacionales entre el Triángulo Norte y México.

RESUMEN EJECUTIVO

HARINSA S.A. de C.V. es una empresa salvadoreña establecida con presencia solida desde el año 2005 con una rentabilidad sostenible y expandiéndose al mercado internacional, el producto esencial es la harina de trigo desligando una variedad de productos alimenticios entre pan y tortillas hasta pasteles.

En la actualidad expande la red con incremento en la cuota de mercado y rentabilidad a largo plazo ha permanecido estable en la competencia local y gestionando eficazmente la comercialización de harina de trigo, logrando una amplia experiencia como un jugador en el mercado global y cuantificara así la satisfacción del consumidor.

Adicional ha presenciado las oportunidades desafiando las tendencias, formando alianzas sólidas, construyendo relaciones directas y duraderas con los clientes, se debe subrayar que para el proceso de internacionalización en México contara con un comercializador local en Ciudad Hidalgo Chiapas.

Ha sido un exportador constante a nivel centroamericano con un producto de excelente calidad hacia Honduras, Guatemala, Nicaragua y Estados Unidos, sin mencionar que la proximidad con El Tapatío facilitara la logística y reducirá los costos de transporte, lo que hace que la internacionalización sea una estrategia viable y atractiva.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el presente capítulo se plantea la problemática a la cual se presenta una posible solución, donde se muestran los diversos síntomas y causas para determinar desde donde se trabajará para identificar las opciones que existen como posibles soluciones.

1.1 Planteamiento del Problema

La Ciudad de Hidalgo presenta actualmente una escasez de harina de trigo, convirtiéndose en una preocupación entre el sector panificador y la población consumidora de este ingrediente fundamental para diversos alimentos pertenecientes a la canasta básica, lo cual ha contribuido a que los comerciantes se vean en la obligación de incrementar el precio de sus productos constantemente, abonado a que México se ha convertido en importador de harina de trigo, siendo sujeto a los precios internacionales de países productores de dicho producto.

1.1.1 Antecedente

La problemática de la escasez de harina de trigo en la Ciudad de Hidalgo y México como país, se origina ante el conflicto entre Ucrania y Rusia, siendo la principal causante de la escasez de harina de trigo en dicha región y México como país, debido a que ha ocasionado la baja producción de harina y que gran parte de este producto se está exportando a Europa ya que es un continente que tiene alta demanda y así mismo tiene la posibilidad económica se ha visto el riesgo de escases y eso conlleva a los incrementos de los precios en harina de trigo y todos los productos derivados de la misma, (El Sol de Hidalgo, 2022).

Cabe mencionar que Ucrania como país se considera uno de los principales exportadores de harina de trigo, lo cual ha contribuido a la escasez de muchos países consumidores de dicho producto a nivel mundial, obligando a muchos de estos países a incrementar el precio de harina de trigo y la falta de producción del sector agrícola abona a la problemática. Por otra parte, La India anunció ciertas restricciones para la exportación de harina y cereales ya que los precios de los productos locales se dispararon en un 200% en el periodo de abril y julio de 2022, lo cual afecta radicalmente a los países que comercializan con la India, (Momento Digital, El Periódico de San Luis Potosí, 2024)

1.1.2 Descripción del Problema

El plan de internacionalización que se presenta, tiene como finalidad proveer una solución inmediata a la problemática de escasez de harina de trigo en la Ciudad de Hidalgo, con la finalidad de que se convierta en una ciudad abastecedora de dicho producto a mediano y largo plazo, este plan de internacionalización está diseñado para que la empresa Harinsa S.A de C.V logre importar harina de trigo de El Salvador a México.

SÍNTOMAS

S.1 Incremento en el precio del pan derivado de la harina de trigo en la Ciudad de Hidalgo: Ante la escasez de harina de trigo en México como país, los comercializadores de dicho producto se han visto la necesidad de incrementar los precios, así como también los panificadores se han visto afectados incrementando el precio de productos derivados de la harina de trigo a su vez.

S.2 Incertidumbre sobre el futuro de la producción de harina de trigo en la Ciudad de Hidalgo: Debido a la escasez de harina de trigo en México, existe una incertidumbre sobre las posibilidades de contar con este producto a mediano y largo plazo, afectando inclusive las importaciones.

S.3 Eliminación de instituciones y programas de atención al campo de harina de trigo ante la escasez en la Ciudad de Hidalgo: Como consecuencia de la falta de harina de trigo en México y por consiguiente en la Ciudad de Hidalgo, surge un efecto dominó en donde la falta de la materia prima obliga a que las instituciones y programas que velan por la producción y manufactura agrícola tomen como medida el cierre definitivo.

Los síntomas que se han presentado anteriormente han sido creados en base a las diversas problemáticas que obligan a la Ciudad de Hidalgo a buscar diversas alternativas diferentes a las que posee actualmente, razón por la cual se han tomado en cuenta, con el fin de proporcionar una solución, siendo este el objetivo principal de dicha investigación.

CAUSAS

C.1: El conflicto armado entre Rusia y Ucrania ha contribuido a la escasez de harina de trigo en la Ciudad de Hidalgo y en todo México: Ucrania como uno de los países con mayor producción de harina de trigo a nivel internacional, al encontrarse en guerra con Rusia, ha paralizado la producción de diversos cereales, hortalizas, entre otros productos afectando directamente a aquellos países consumidores, forzándolos a buscar diversas alternativas con otros países productores.

C.2: Falta de producción de harina de trigo en la Ciudad de Hidalgo y todo México: México ha tenido una disminución considerable en la producción de cereales, por lo que se ha dedicado a comercializar con países que tienen mayor capacidad productiva, lo que ha propiciado una dependencia, y al propiciarse una escasez a gran escala ha dado paso al incremento de precios en todos los productos que derivan de la harina de trigo.

C.3: Restricciones considerables de la India para exportar harina de trigo a países consumidores: Debido a las restricciones a las exportaciones de diversos cereales que impuso la India en el 2022, abono a la escasez y de la harina de trigo a nivel mundial.

PROBLEMA

1.1.3 Formulación

¿Qué alternativas existen como mecanismo para internacionalizar harina de trigo en la Ciudad de Hidalgo?

El problema que se plantea en la pregunta anterior es la de buscar diversas alternativas con el fin de internacionalizar harina de trigo a la Ciudad de Hidalgo, y así poder reducir la escasez de dicho cereal al menos en dicha ciudad y posteriormente en los sectores aledaños de esta con el fin de en un periodo determinado dicho déficit haya sido reducido considerablemente a nivel nacional.

ENUNCIADO DE LA PROBLEMÁTICA

La Ciudad de Hidalgo actualmente enfrenta una escasez en la producción y distribución de harina de trigo y de otros cereales, conllevando al incremento de los precios de los productos y los alimentos derivados de este, la causa principal de la problemática es que México se ha limitado a importar cereales y harina de trigo a países extranjeros, viéndose afectando directamente y por consecuencia la Ciudad de Hidalgo.

Matriz de congruencia

Tabla No.1

Matriz de congruencia del Plan de Internacionalización de Harina de Trigo

TEMA	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGIA	INSTRUMENTOS
"PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE HARINA DE TRIGO O DE MORCAJO (TRANQUILLON) MEXICO"	La Ciudad de Hidalgo actualmente enfrenta una escasez de harina de trigo y de otros cereales, conllevando al incremento de los precios de dicho producto y los alimentos derivados de este, la causa principal de dicha situación es que México se ha limitado a importar dicho producto a países extranjeros, viéndose afectado recientemente ante el conflicto armado entre Rusia y Ucrania, de igual forma la India ha venido estableciendo ciertas restricciones para exportar, lo cual afecta directamente a países consumidores, facilitando así la escasez de harina de trigo en México y por consiguiente en la Ciudad de Hidalgo.	Elaborar una propuesta y estudio de mercado para exportar harina de trigo de El Salvador hacia México, el cual provea una solución a la problemática de escasez de dicho producto en determinada ciudad, con el fin de ejecutar un plan de internacionalización que contribuya a que la Ciudad de Hidalgo comercialice dicho producto en un futuro y lograr la expansión a otras ciudades del México.	<p>Recolectar información con respecto a diversas preferencias, capacidad de adquisición, factibilidad del terreno, entre otros aspectos del mercado objetivo con el fin de identificar intereses y expectativas de la población consumidora futura del producto en México.</p> <p>Implementar métodos que contribuyan al manejo eficiente de recursos de la compañía Harinsa S.A de C.V, con el fin de rentabilizar el proyecto una vez se ejecute su puesta en marcha en México.</p> <p>Establecer un presupuesto a través del análisis de políticas de precio, promoción, producto, con el fin de conocer el monto a disponer por parte de la compañía Harinsa S.A de C.V para llevar a cabo sus operaciones económicas en México</p>	La metodología que se pretende implementar en dicho trabajo de grado es mixta debido a que combina información cuantitativa y cualitativa.	<p>Entrevistas: reunión con un agente del personal de la compañía de interés, con el objetivo de identificar las necesidades que posee la compañía, los servicios que brindan en aspectos tales como: modalidades, precios y frecuencia de consumo.</p> <p>Observación Directa: se aplica para medir las apreciaciones de los clientes al momento de recibir el servicio, de igual manera se permite identificar las características de los servicios ofertados y las instalaciones durante las visitas.</p> <p>Encuesta: se conoce como el mecanismo más utilizado para obtener información de forma masiva con el fin de obtener las percepciones de los consumidores acerca de los diferentes segmentos con respecto a sus costumbres y motivos del consumo del producto.</p> <p>Entrevista de opinión: a un agente encargado de la compañía Gemina Industria Harinera a la cual se le agendará una visita de manera presencial o a través de videoconferencia en la cual se procederá a realizar una serie de preguntas con el fin de determinar las necesidades que dicha compañía pretende satisfacer a su vez determinar hacia dónde pretende llegar con el plan de internacionalización, objetivos a corto, mediano y largo plazo.</p>

Fuente: elaboración propia

Nota: en la imagen anterior se puede visualizar el tema, enunciado del problema, objetivo general y específicos, la metodología a implementar y los instrumentos a utilizar durante la investigación, con el fin de determinar los elementos que se utilizaran en esta investigación.

1.2 Delimitación del Problema

1.2.1 Geografía y temporal

El periodo de ejecución del plan de internacionalización de harina de trigo de El Salvador a México específicamente a la Ciudad de Hidalgo comprende diversas etapas entre las que destacan el estudio de mercado y la puesta en marcha, para ello se ha establecido una línea de tiempo que va desde el año 2024 hasta el año 2025; en este periodo se pretende tener la presencia con la marca en dicha región.

La razón por la cual se ha decidido realizar el proyecto de internacionalización de harina de trigo desde El Salvador a la Ciudad de Hidalgo México, obedece a la escasez de harina de trigo que dicha ciudad se enfrenta a raíz de diversos acontecimientos históricos, por lo que se convierte en una alternativa viable para suministrar este producto, aprovechando los tratados de comercialización que se tiene que dicho país.

1.2.2 Teórica

Definiciones y procesos de Internacionalización

La internacionalización como un proceso estratégico a largo con el que se busca expandir las operaciones más allá de mercados locales, para participar en mercados internacionales. Este proceso conlleva una serie de pasos ordenados, sistemáticos y de mucha importancia, en primer lugar, se deben de identificar las oportunidades de negocio en mercados extranjeros y se evalúa la viabilidad de ingresar a los mercados en función de los productos seleccionados para la exportación en función de la demanda. Una vez identificadas las oportunidades, se deben desarrollar las estrategias de internacionalización a implementar, adaptándolas a los recursos y objetivos, esto implica la toma de decisiones sobre el modelo de exportación que se utilizará en el proceso de comercialización, además, el proceso de internacionalización requiere el conocimiento y la aplicación de políticas económicas, legales, laborales, fiscales y tributarias para cumplir con todas las regulaciones de comercio internacional, al realizar este proceso se debe tener presente la gestión de riesgo asociados a operaciones internacionales como políticas monetarias, tasas de cambio y políticas económicas locales de cada país al que se desea exportar.

Los factores a tomar en cuenta dentro de la internacionalización son los Convenios Comerciales, Tratados de Libre Comercio y Acuerdos o Tratados Arancelarios que con los que cuentan los países en los que se ve mercado potencial de expansión, estos recursos bilaterales transfronterizos brindan soporte y ayudan a eliminar las barreras arancelarias de los bienes a exportar.

1.3 Justificación del Problema

Novedad

En anteriores anteproyectos de internacionalización de productos, no se ha realizado un estudio de internacionalización que involucre cereales hacia México de manera específica, al ver el potencial que se tiene, se ve la necesidad y representa una oportunidad para exponer un plan de internacionalización tomando como referencia la Ciudad de Hidalgo ya que representa un punto de partida estratégico, ya que cuenta con un entorno económico social, económico y cultural que permite ser un mercado potencial para este proyecto.

Utilidad social

Este proyecto tiene como objetivo servir como una guía completa y práctica para las empresas, emprendedores que deseen comercializar cereales a México, centrándose específicamente en la internacionalización de harina de trigo hacia la Ciudad de Hidalgo, a través de un enfoque en el cual proporciona las herramientas esenciales y los pasos necesarios para facilitar la expansión de negocios en este país, como propuesta de valor se tiene ofrecer una ayuda concreta y efectiva para aquellos que buscan entrar en el mercado mexicano de manera exitosa, permitiendo así un crecimiento económico y una mayor diversificación de oportunidades comerciales.

Ante lo mencionado anteriormente se puede decir que tanto la empresa Harinsa S.A de C.V como alguna otra empresa interesada en internacionalizar harina de trigo de El Salvador a la Ciudad de Hidalgo, puede utilizar este documento como guía para la llevar a cabo dicho proceso.

Factibilidad

El presente documento puede llegar a tener un costo mínimo aproximado de \$4,000 dólares norteamericanos, en donde el tiempo comprendido de realización de este documento es de 10 meses, debido a que existe un proceso de investigación el cual comprende diversas etapas entre las cuales busca minimizar el riesgo y aumentar el asertividad de la comercialización. Las etapas llevan un tiempo de ejecución de corto y mediano plazo, cuyo estimado de duración se considera entre 2 a 6 meses o más, dependiendo de la etapa que se esté llevando a cabo.

Se llevará a cabo en tres etapas fundamentales, la etapa inicial comprende alrededor de un mes en donde inicia la investigación, se establecen los objetivos de esta y se determina la problemática a resolver, en la siguiente etapa la cual comprende un tiempo estimado de dos meses, en donde se identifica la metodología a utilizar durante la investigación, así como también el enfoque que tendrá dicha investigación, se analizan las barreras y miedos que existen al llevar a cabo la internacionalización.

En la tercera etapa se realiza una propuesta en la cual se establecen los resultados de investigación, en esta etapa, una vez teniendo los elementos, se procede a realizar un estudio de mercado con respecto a la ciudad sujeta a investigación, en este caso la Ciudad de Hidalgo y se procede a realizar un plan de exportación en el cual se le proveen a la empresa exportadora todas aquellas herramientas necesarias para ejecutar dicho proceso, llevando de la mano las cláusulas establecidas en Tratados de Comercio Internacionales que favorecen al libre flujo de mercancías a nivel regional.

Ante lo mencionado anteriormente se puede decir que esta investigación se pretende llevar a cabo un plan de internacionalización que contribuya a que tanto la empresa Harinsa S.A de C.V como cualquier otra empresa que comercializa harina de trigo logre exportar dicho producto desde El Salvador hacia la ciudad de Hidalgo, y posteriormente logre comercializar dicho producto en sectores aledaños.

1.4 Objetivos

Objetivo General

Elaborar una propuesta y estudio de mercado para exportar harina de trigo de El Salvador hacia México, el cual provea una solución a la problemática de escasez de dicho producto en determinada ciudad, con el fin de ejecutar un plan de internacionalización que contribuya a que la Ciudad de Hidalgo comercialice dicho producto en un futuro y lograr la expansión a otras ciudades del México.

Objetivos Específicos

- Identificar las diversas preferencias, capacidad de adquisición, factibilidad del terreno, entre otros aspectos del mercado objetivo con el fin de identificar intereses y expectativas de la población consumidora en la Ciudad de Hidalgo México.
- Implementar métodos que contribuyan al manejo eficiente de recursos de las empresas, con el fin de rentabilizar el proyecto una vez se ejecute la puesta en la Ciudad de Hidalgo, México.
- Establecer un presupuesto a través del análisis de políticas de precio, promoción, producto, con el fin de conocer el monto a disponer por parte de la compañía Harinsa S.A de C.V para llevar a cabo sus operaciones económicas en la Ciudad de Hidalgo México.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Histórico

El trigo es una planta no perenne la cual pertenece a la familia de las gramíneas, produce un conjunto de frutos modificado que se produce con una sola semilla, en una espiga terminal y pueden ser silvestres o cultivadas, (De Agricultura y Desarrollo Rural, 2022).

Como se mencionó anteriormente, el origen del trigo data de la civilización mesopotámica entre los valles de los ríos Tigris y Éufrates en el Medio Oriente, siendo los egipcios quienes descubrieron la fermentación del trigo, utilizándolo en la fermentación del río. El trigo como tal se puede considerar como el segundo cereal de mayor importancia en la alimentación de los mexicanos y actualmente en México se cosechan dos tipos de trigo: cristalino y panificable, (De Agricultura y Desarrollo Rural, 2022).

Los trigos cristalinos destinados a la fabricación de pastas alimenticias, en los que México ha venido siendo excedentario por lo que parte de la producción se utiliza para la alimentación animal y exportación. El trigo como tal se produce en catorce estados mexicanos teniendo una producción en 2021 de 1,782,299 toneladas, cuyos principales estados son: Sonora, Baja California, Guanajuato, Sinaloa y Coahuila, (De Agricultura y Desarrollo Rural, 2022).

Los trigos panificables, está destinado a la elaboración de harina de panes y galletas actualmente México, tiene un déficit en este tipo de grano por lo que adquiere el grano suave para satisfacer las necesidades de la industria de la panificación, generalmente la harina de trigo es comercializada a restaurantes, panaderías, cafeterías, entre otros lugares que elaboren productos derivados de este tipo de harina o la comercializan como las tiendas de agroservicios y expendios de harina, (De Agricultura y Desarrollo Rural, 2022)

Tomando la perspectiva de análisis de precios sobre la oferta del trigo en México, se observó durante el año 2020 un aumento de precios de garantía en 37.4% produciendo un crecimiento del 8.38% aumentando la importación en dicho país hasta el 2.1% haciendo que el consumo se reduzca un 5%. El agro mexicano reportó su producción para cubrir la demanda a nivel país en México se ha estudiado el sector de granos básicos, siendo este enfoque muy diverso, La producción de dicho grano hace que tengan una idea del producto la diversidad del uso del producto de trigo hace que sea una buena opción para su población, analizando institucionalmente se destaca que el producto tenga enfoques socioeconómicos mecanizando y aumentando su importación. Analizando los efectos se visualiza con finalidad identificar y demostrar una oportunidad comercial ya que con el mercado internacional y sus beneficios tales como el TLC TRIANGULO NORTE permite disminuir las barreras arancelarias para internacionalización al país de estudio, (Santiago, 2022).

1.5.2 CONCEPTUAL

A continuación, se presentan algunos conceptos, los cuales se encontrarán a lo largo del presente documento:

Sequía en tierra fértil: actualmente México solo produce el 45% del trigo necesario para los requerimientos nacionales, debido a la escasez de agua, lo cual limita a los agricultores a sembrar cereal, el país requiere de 8 a 9 millones de toneladas para satisfacer las necesidades de la población, debido a que se produce menos de la mitad, (Medrano, 2022).

Escasez: en economía, se considera como la brecha entre la demanda y la oferta, dicha brecha se resuelve cuando su precio sube a un punto a que los consumidores se encuentran fuera del alcance de dicho precio para poder pagarlo, (TEAM, 2025).

Normas fitosanitarias: se establecen para asegurar la inocuidad de los alimentos y evitar la propagación de plagas entre los animales y vegetales en el intercambio comercial de productos, (MINEC, 2024).

Productos agroalimentarios: producto destinado a la alimentación, tras ser sometido a un tratamiento industrial, tales como: el pan, el aceite, entre otros, (RAE.2024).

Certificado sanitario: documento que certifica que un producto esta elaborados bajo correctas normas de manufactura establecidas por las autoridades oficiales de sanidad de los países importadores y exportadores que asegura que los productos no representan algún riesgo para la salud humana, (Certificado Sanitario, Bancomext, s.f)

El enfoque del proceso en análisis de datos sistematiza con muchas interpretaciones posibles e identificar con entrevistas con ayuda de la herramienta Formulario de Google en la metodología de análisis enfocada al inicio del presente trabajo materializando el significado de las entrevistas con interpretaciones del análisis de contenido ayuda a la rápida y concisa consolidación de datos con categorías posibles. Los indicadores se identifican con rápida canalización de las formas en captura del mercado de estudio. Construyendo el lenguaje de números y variables para llevar al mercado el producto harina de trigo.

1.5.3 LEGAL

México se sumó al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercios) comenzando con ello negociaciones a nivel internacional, contando con una sistematización de TLCs y convenios bilaterales con distintos países las cuales han regido las normas a cumplir tanto para importar como exportar. El país cuenta con alrededor de 250 leyes federales, las cuales regulan el comercio exterior y su impacto en la economía nacional. Entre ellas se encuentra la Ley de Comercio Exterior y la Ley de Aduanas. Quienes obligan su actualización y aplicación, (Marco Jurídico del Comercio Exterior En México, 2021)

Dentro del marco legal se hará uso del Tratado de Libre Comercio entre el Triángulo Norte - México, este tratado entro en vigor el 15 de marzo de 2001, cuyo objetivo principal es establecer una zona de libre flujo de mercancías, eliminando barreras arancelarias que anteriormente a la entrada en vigencia de dicho tratado existían y a su vez facilitando el intercambio comercial y la inversión entre los países que se encuentran dentro de dicho tratado, buscando la integración económica entre México y los países pertenecientes al Triángulo Norte, los cuales son: Guatemala, Honduras y El Salvador, (Vista del Tratado de Libre Comercio Triángulo del Norte-México, s.f)

Normas Oficiales Mexicanas (NOMs): La harina debe cumplir con las NOMs aplicables, como la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 para etiquetado y la NOM-247-SSA1-2008 para productos y servicios de cereales.

Certificaciones Sanitarias: Obtener certificaciones de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) es fundamental para asegurar la calidad y seguridad del producto.

Medidas Sanitarias y Fitosanitarias para la Exportación de Harina de Trigo a México

- **Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias:** El Acuerdo establece las reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los alimentos y salud de los animales y preservación de los vegetales. México, como miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), se comprometió a aplicar este Acuerdo.
- **Normas Fitosanitarias:** La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) y el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) establecen las normas fitosanitarias para la importación de harina de trigo. Estas normas pueden incluir requisitos como la procedencia de zonas libres de enfermedades, inspección de productos, tratamiento o elaboración por medios específicos, y establecimiento de niveles máximos autorizados de residuos de plaguicidas.
- **Certificado Fitosanitario:** El interesado debe consultar el Módulo de Requisitos Fitosanitarios del sitio oficial del SENASICA para obtener la información necesaria sobre las medidas fitosanitarias aplicables a la harina de trigo que desea exportar a México. Debe obtener el Certificado Fitosanitario para Importación antes de iniciar el trámite de solicitud.

- **Evaluación de Riesgo:** En caso de emergencia fitosanitaria que represente un riesgo a la sanidad vegetal de México, el SENASICA actualizará las medidas fitosanitarias en el Módulo de Requisitos Fitosanitarios para la Importación, lo que entrará en vigor de forma inmediata. En caso de modificaciones no relacionadas con emergencias fitosanitarias, se notificará al interesado sobre la evaluación del riesgo y la posible modificación de las medidas fitosanitarias.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

2.1. Metodología de Investigación

2.1.1 Método

El método que se utilizó para recolectar información fue el enfoque mixto debido a que contribuye a obtener datos cuantitativos y cualitativos, en donde se hizo uso de entrevistas con preguntas abiertas, encuestas, entrevistas de opinión, con el fin de conocer a profundidad los intereses, necesidades e inquietudes de los actores que fueron sujetos a investigación.

2.1.2 Enfoque

En esta investigación, se llevó a cabo un enfoque mixto en donde se buscó comprender y determinar las posibilidades de que la Ciudad de Hidalgo, México produzca su propia harina de trigo, los datos que se obtuvieron de manera progresiva sirvieron para determinar las principales características y cualidades de los componentes de esta investigación, los cuales son la Ciudad de Hidalgo y las diversas empresas salvadoreñas que se encuentran en la capacidad de llevar a cabo la inversión para exportar y posteriormente producir su producto en la Ciudad de Hidalgo, para dicha fabricación se estimó que sea a un periodo de 5 a 10 años debido a que se busca a que primero la compañía Harinsa S.A de C.V (De Agricultura y Desarrollo Rural, 2022).

2.1.3 Técnicas e instrumentos de investigación

Entrevistas: se realizó una entrevista que consta de 10 preguntas, luego se aplicaron dichas preguntas a un agente del personal de la compañía de interés, con el objetivo de identificar las necesidades que posee la compañía, los servicios que brindan en aspectos tales como: modalidades, precios y frecuencia de consumo.

Observación Directa: se realizó una herramienta de observación para medir las apreciaciones de los clientes al momento de recibir el servicio, se observarán a los clientes, de igual manera se permite identificar las características de los servicios ofertados y las instalaciones durante las visitas.

Entrevista de opinión: se realizó a un agente encargado de la compañía Gemina Industria Harinera, la cual contiene 10 preguntas, a su vez se agendó una visita de manera presencial y a través de videoconferencia en la cual se procedió a realizar una serie de preguntas con el fin de determinar las necesidades que dicha compañía pretende satisfacer a su vez determinar hacia dónde pretende llegar con el plan de internacionalización, objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Los instrumentos anteriormente presentados contribuyeron a recolectar la información necesaria con el fin de conocer las necesidades de los clientes es decir tanto de los propietarios de compañías, como consumidores de este producto y a su vez los planes que pretenden ejecutar en un futuro, a su vez, al implementar dichas herramientas se desea identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para proporcionar al cliente los insumos necesarios para poder llevar a cabo un plan de internacionalización basándose en los puntos de donde toda empresa debe partir y así poder tener éxito

A continuación, se presenta el cuestionario que llevó a cabo con el miembro del personal de la compañía Harinsa S.A de C.V:

Tabla No.2

Codificación de preguntas destinadas a las empresas a encuestar.

No	Pregunta	Código
1	¿Desde hace cuánto se encuentra en operaciones la empresa?	1.1) 1 -5 años
		1.2) 6-10 años
		1.3) 11-15 años
		1.4) Más de 20 años
2	¿Qué margen de ganancia adquiere mensualmente?	2.1) Menor a 5 millones de dólares
		2.2) 6-10 millones de dólares
		2.3) 11-15 millones de dólares
		2.4) Mayor a 20 millones de dólares
3	¿De cuánto es el monto en importaciones que realiza mensualmente?	3.1) Menor a 5 millones de dólares
		3.2) 6-10 millones de dólares
		3.3) 11-15 millones de dólares
		3.4) Mayor a 20 millones de dólares
4	¿De cuánto es el monto en exportaciones que realiza mensualmente?	4.1) Menor a 5 millones de dólares
		4.2) 6-10 millones de dólares
		4.3) 11-15 millones de dólares
		4.4) Mayor 20 millones de dólares
5	¿Cuáles son los ingresos aproximadamente que la harina de trigo genera mensualmente a nivel nacional?	5.1) Menor 5 millones de dólares
		5.2) 6-10 millones de dólares
		5.3) 11-15 millones de dólares
		5.4) Mayor 20 millones de dólares
6	¿Cuáles son los ingresos aproximadamente que la harina de trigo genera mensualmente?	6.1) Menor 5 millones de dólares
		6.2) 6-10 millones de dólares
		6.3) 11-15 millones de dólares
		6.4) Mayor 20 millones de dólares
7	¿A cuántos países se está exportando harina de trigo mensualmente?	7.1) Menos de 5 países
		7.2) 6-10 países
		7.3) 11-15 países
		7.4) Más de 20 países
8	Actualmente: ¿Cuántos ppls se está exportando aparte de harina de trigo a nivel internacional?	8.1) Menos de 5 productos
		8.2) 6-10 productos
		8.3) 11-15 productos
		8.4) 16-20 productos
9	¿De cuánto es el monto en transporte de carga que incurre al momento de exportar harina de trigo?	9.1) Menor 5 millones de dólares
		9.2) 6-10 millones de dólares
		9.3) 11-15 millones de dólares
		9.4) Mayor 20 millones de dólares

No	Pregunta	Código
		10.1) MSC
		10.2) Maersk Line
		10.3) Hapag Lloyd
		10.4) ONE
10	¿Con qué compañía logística se encuentra realizando las importaciones y exportaciones?	10.5) Seaboard Marine
		10.6) CMA- CGM
		10.7) Evergreen Line
		10.8) Crowley Maritime
		10.9) Otra
	¿Qué tipo de transporte utiliza con dicha compañía logística para realizar sus importaciones y exportaciones?	11.1) Aéreo
11		11.2) Marítimo
		11.3) Terrestre
		11.4) Ferrocarril
	¿Cuál es el tiempo estimado que tarda la compañía naviera en realizar sus importaciones y exportaciones?	12.1) Menos de 1 mes
12		12.2) 3-2 meses
		12.3) 4-6 meses
		12.4) Más de 8 meses
	¿Ha tenido un inconveniente con la carga al momento de realizar sus importaciones y exportaciones?	13.1) No
13		13.2) Si ¿Qué inconveniente?
	¿Actualmente qué necesidades posee la compañía para poder incrementar su margen de ganancia a través de las exportaciones?	14.1)N/A
14		

Fuente: elaboración propia

Nota: en la tabla anterior se muestran las diversas preguntas que se realizaron al representante de Gemina S.A de C.V a entrevistar y así se logró tener una información más detallada de los representantes de dicha empresa, a su vez poder determinar desde que punto se puede partir como nueva empresa Harinsa S.A de C.V y lograr ejecutar un plan de internacionalización adecuado.

Por otra parte, con este plan de internacionalización se tiene como objetivo principal determinar los mecanismos necesarios para exportar harina de trigo desde El Salvador a la Ciudad de Hidalgo y dentro de dicha ciudad poder comercializar dicho producto en diversos sectores aledaños y así internacionalizar dicho producto.

2.1.4 Fuentes

Los tipos de fuente que se utilizaron para el desarrollo del siguiente trabajo se basan en documentos tales como: leyes, Tratados de Libre Comercio, Norma Internaciones, Información de sitios Web, los cuales se describen a continuación.

Tratado de Libre Comercio Centroamérica- México. En este tratado se especifica el tipo de marcaría puede ser comercializada de manera bilateral entre El Salvador y México, los tipos aranceles y las cantidades que pueden ser comercializadas. Apesgadas a las nomativas de los Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), (Dirección General de Aduanas, s. f.)

ITC Market Access Map, sitio web que facilita información sobre los tipos de aranceles aduaneros, tipos de requisitos reglamentarios necesarios para la internacionalización de la harina de trigo a México en este sitio hace referencia a la Norma Oficial Mexicana NOM-247-SSA1-2008, (Dirección General de Aduanas, s. f.).

Con lo cual se determina los límites de tolerancia para residuos o contaminación para determinadas sustancias (no microbiológicas), los Procedimientos de concesiones de licencias sin criterios ex ante y los requisitos de etiquetado, marcado, embalaje, prueba, certificación, inspección e inspección, (Dirección General de Aduanas, s. f.).

Easycargo.com, se conoce como sitio web en donde se puede calcular los tipos de carga y contenedores adecuados a la exigencia de cada producto que se desea internacionalizar (Market Access Map, s. f.).

SAC Arancel Electrónico, sitio web proporcionado por Adunas de El Salvador, en este sitio se encuentran todos los incisos arancelarios de los bienes comercializados. (Market Access Map, s. f.)

Sitio web del Ministerio de Agricultura y Ganadería en donde se encuentran los requisitos fitosanitarios para la internacionalización.

Sitio web de Ministerio de Salud, en este sitio se encuentra qué tipo de autorización es requerida para el registro de alimentos y bebidas con registro sanitario y reconocimiento mutuo.

El Manual de embalaje para la exportación, en este manual se encuentra las normativas técnicas especificadas y caracterizadas para el tipo de material que se requiera para el empaquetado de la harina de trigo, ([Market Access Map](#), s. f.).

Unidad de investigación

La unidad de estudio de esta investigación es la compañía Harinsa S.A de C.V, la cual es la compañía que abastecerá de harina de trigo a la Ciudad de Hidalgo, en donde se realiza un análisis con el fin de determinar las alternativas viables para exportar harina de trigo de El Salvador a México, de ambos elementos se pueden determinar las siguientes características:

- **Harinsa S.A de C.V**
 - a) Posee una amplia variedad de harina de trigo que es sujeto a exportar.
 - b) Posee personal capacitado para realizar el proceso de exportación a diversas regiones.
 - c) Identifica las ciudades a las cuales puede comercializar sus productos, siendo la Ciudad de Hidalgo la primera región a posicionarse.
 - d) Identifica sus barreras con el fin de determinar sus posibles alternativas para erradicar dichas limitantes.

- **Ciudad de Hidalgo**
 - a) En la Ciudad de Hidalgo se encuentra la distribuidora El Tapatío la cual se encargará de transportar la mercancía en dicha ciudad.
 - b) Posee una amplia variedad de panaderías las cuales podrán ser beneficiadas con una nueva opción de harina de trigo para todos estos negocios.

- c) Actualmente la naviera Crowley Maritime opera en todos estados de México, lo cual contribuye positivamente al transporte de mercancías en futuras regiones que Harinsa decida comercializar sus productos.

2.1.5 Determinación de población y muestra

La población y muestra que fue sujeta de investigación en el presente informe es la Ciudad de Hidalgo, México a la industria panificadora, con el fin de determinar la situación actual del comercio de harina de trigo en la ciudad, los precios que se encuentran operando, la competencia que comercializa harina de trigo y sus respectivos tipos existentes en el mercado.

2.1.6 Diagnósticos de internacionalización

Breve descripción de la empresa Harinsa S.A de C.V

El diagnóstico de Internacionalización hacia México, se ha realizado con la compañía Harinsa S.A de C.V, la cual pretende posicionarse en dicha ciudad para el año 2025, con el fin de abastecer de harina de trigo y posicionarse como una de las empresas líder comercializadoras de este producto.

Figura No.1

Logotipo de la compañía Harinsa S.A de C.V



Fuente: imágenes obtenidas de Harinsa de El Salvador

Nota: en las imágenes anteriores se puede visualizar el logotipo de la compañía y a su vez los costales de harina que la compañía Harinsa S.A de C.V proporciona al momento de comercializar sus productos con sus clientes.

En la actualidad la empresa sigue comercializando sus productos a nivel nacional e internacional, con exportaciones constantes a Guatemala y Honduras, los productos que Gemina Industria Harinera se encuentran comercializando tanto a nivel nacional como internacional son los siguientes:

- Harina de trigo materia prima
- Harina de trigo fuerte y extrafuerte
- Harina de trigo premium
- Harina de trigo integral
- Harina de trigo bollo fino
- Harina de trigo la duradera
- Harina de trigo pizza

Análisis de barreras y miedos

Tabla No.3

Análisis de barreras y miedos de la empresa Harinsa S.A de C.V

BARRERAS INDICADAS	ORIGEN BARRERAS				MOMENTO		
	Mercado	Interna Empresa	Financiera	Producto	Entorno	Solo momento inicial	Permanente
Falta de información	X			X	X	X	
Falta de apoyo		X	X		X	X	
Es muy costoso	X		X			X	
Los precios son malos	X			X		X	
Falta de tamaño de la empresa		X	X			X	
No hay departamento de exportación		X	X			X	X
No tenemos las homologaciones precisas	X			X			
Nuestro enfoque es local/ estatal		X		X	X		X
No nos lo hemos planteado		X		X			
Nuestro producto no soporta el transporte	X			X			
No tenemos agentes/ representantes		X	X	X			
La documentación es muy compleja	X		X		X	X	
Conocer el mercado exterior es caro		X	X				X
No somos competitivos en el exterior	X			X			X
El mercado inferior es suficiente	X			X	X	X	
Nos falta financiamiento		X	X				X
No tenemos el tiempo para hacerlo		X		X			X
Nos falta organización		X		X		X	

Fuente: elaboración propia

Nota: En la imagen anterior se puede visualizar como se han distribuido las barreras con respecto al tipo de barrera que pertenecen, los apartados que se han tomado en cuenta para la evaluación de cada barrera son los siguientes: mercado, empresa interna, financiera, producto, entorno, solo momento inicial y permanente, dichos apartados se encuentran clasificados según su origen al que pertenecen, tales como: barreras indicadas, origen de barreras y momento, dicha tabla contribuye a identificar donde colocar la barrera en la casilla que corresponde y de esta forma contribuir las áreas de oportunidad en las que se debe trabajar, una vez realizada la tabla se procede con el Diagnóstico de Adaptación de Producto de la empresa, con el fin de obtener la cantidad de puntos que posee dicha empresa, entre mayor sea su puntuación, menor es la capacidad de participar en un proceso de internacionalización.

Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP)

Tabla No.4

Diagnóstico de Adaptación de Producto de la empresa Harinsa S.A de C.V

	Características	Elementos trabajados a nivel local (de 1 muy trabajado, no me preocupo a 5 nada trabajado me preocupa mucho)	Importancia para el mercado (de 1 poco importante para el mercado a 5 muy importante para el mercado)	total
Oferta básica	1 Producto Básico	1	2	2
	2 Especificaciones Técnicas de Exigencias Seguridad/ Reglamento	2	5	10
	3 Calidad/Prestaciones Requer	1	4	4
	4 Tamaño, Forma, Dimensiones	1	3	3
	5 Gama de Producto	1	2	2
	6	1	2	2
Añadidos	1 Empaque	1	5	5
	2 Embalajes	1	3	3
	3 Diseño	1	2	2
	4 Marcas	1	1	1
	5 Historia	1	1	1
Soporte	1 Entrega	2	5	10
	2 Instalación	1	1	1
	3 Seguimiento	1	1	1
	4 Garantía	1	5	5

Fuente: elaboración propia

Nota: el Diagnóstico de Adaptación de Producto de la empresa Harinsa S.A de C.V actualmente posee un puntaje máximo de 10 puntos en dos de sus características, una perteneciente a la Oferta Básica y la otra de Soporte, pese a que es un puntaje alto, se puede trabajar en dichas áreas con el fin de reducir el puntaje obtenido, debido a que la mayor puntuación a obtener en dicha evaluación es de 25 puntos, lo cual facilita a que la reducción de dichos puntos sea con mayor eficacia.

Tabla No.5

Evaluación con nivel de producto de la empresa Harinsa S.A de C.V

		Traslade el total y señale con una X																								
Oferta básica	1 Producto Básico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	2 Especificaciones Técnicas del Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	3 Exigencias Seguridad/Reglamento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	4 Calidad/Prestaciones Requeridas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	5 Tamaño, Forma, Dimensiones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	6 Gama de Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Añadidos	1 Empaque	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	2 Embalajes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	3 Diseño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	4 Marcas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	5 Historia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Soporte	1 Entrega	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	2 Instalación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	3 Seguimiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	4 Garantía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25

Fuente: elaboración propia

Nota: en la tabla anterior se puede visualizar los puntos obtenidos en cada una de las características, en donde puede identificarse de manera gráfica el puntaje obtenido en cada una de las características, ninguna de esta supera un puntaje mayor a 10 puntos lo cual facilita a que la reducción de dicho puntaje sea mayor.

Factores de potencial de exportación

La capacidad de producción es fundamental para satisfacer la demanda del mercado extranjero. HARINSA debe asegurarse es capaz de producir suficiente harina de trigo sin comprometer la calidad, esto implica contar con instalaciones adecuadas, y el equipo idóneo para la producción de dicha mercancía, (Harinsa de El Salvador, s.f).

Por otra parte, la calidad de la harina de trigo debe cumplir con los estándares internacionales y las normativas del país de destino en este caso México, lo cual incluye realizar análisis físico-químicos, microbiológicos y reológicos con el fin de garantizar que el producto sea seguro y de alta calidad, otro aspecto importante es importante entender las características del mercado mexicano, incluyendo la demanda de harina de trigo, evaluar y maximizar el potencial de exportación de HARINSA hacia México requiere un enfoque integral que considere la capacidad de producción, la calidad del producto, el conocimiento del mercado, la capacidad financiera y la eficiencia logística con una estrategia bien planificada y la implementación de estos factores clave, HARINSA puede establecer una presencia sólida y competitiva en el mercado mexicano, (Innograin, s.f).

Ante esto se pueden mencionar 4 factores potenciales de exportación:

Capacidad de Producción y Calidad del Producto:

La empresa debe tener la capacidad de producir suficientes bienes para satisfacer la demanda del mercado extranjero sin comprometer la calidad, los productos deben cumplir con los estándares de calidad internacionales y las normativas del país de destino, (Innograin, s.f).

Conocimiento del Mercado y Demanda:

Es crucial entender las características del mercado objetivo, incluyendo la demanda del producto, las preferencias del consumidor y la competencia, asegurarse de que el producto se adapte a las necesidades y preferencias del mercado extranjero, incluyendo el etiquetado y el empaque, (Innograin, s.f)

Capacidad Financiera y Recursos:

La empresa debe contar con los recursos financieros necesarios para cubrir los costos iniciales de exportación, como la producción adicional, el transporte y las tarifas aduaneras, es importante invertir en estrategias de marketing y establecer una red de distribución eficiente en el mercado extranjero, (Innograin, s.f)

Logística y Cadena de Suministro:

La empresa debe tener una logística eficiente para asegurar que los productos lleguen a tiempo y en buen estado al mercado de destino. Una cadena de suministro bien gestionada puede reducir costos y mejorar la eficiencia operativa, (Innograin, s.f)

Tabla No.6*Factor de potencial de exportación*

MATRIZ POSIBILIDAD EXPORTACIÓN PRODUCTO						
POTENCIAL DE RENTABILIDAD	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA	X
CAPACIDAD PRODUCTIVA (VOLUMEN Y PERMANENCIA)	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA	X
CAPACIDAD DE MOVILIDAD	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA	X
ADAPTABILIDAD TÉCNICA	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA	X
CAPACIDAD DE COMERCIALIZACIÓN	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA	X

Fuente: elaboración propia

Nota: la compañía Harinsa S.A de C.V actualmente posee un factor de capacidad alto, el cual contribuye a ejecutar el plan de internacionalización de manera más efectiva, pese a haber obtenido 10 puntos en dos barreras del Diagrama de Adaptación de Producto, el tener un puntaje de capacidad alta en cada uno de los factores de potencial de exportación. Todos los valores anteriormente obtenidos han sido recolectados a través de una entrevista y a su vez una encuesta con un representante legal de dicha compañía.

2.1.7 Conclusiones del diagnóstico de la situación

Actualmente la empresa HARINSA S.A de C.V posee características las cuales contribuyen positivamente al desarrollo de un proceso de internacionalización, a su vez existen factores de potencial de exportación que al trabajarse como acción pueden conllevar a un adecuado diagnóstico de adaptación de producto debido a que se encuentran en un intervalo de 1 a 5 puntos, factores clave que suelen generar mayores ingresos a una determinada empresa (Harinsa de El Salvador, s.f).

- La compañía HARINSA S.A de C.V posee elementos que pueden contribuir a que la compañía realice este proceso de internacionalización una vez posicionada en la Ciudad de Hidalgo, tales como la capacidad productiva, su disponibilidad de personal, capacidad de comercialización, lo cual contribuye a que pueda darse a conocer a nivel internacional.
- La compañía HARINSA S.A de C.V con una línea de anuncios publicitarios puede contribuir a que dicha marca se dé a conocer a nivel internacional una vez se encuentre en operaciones en México.

Diagnóstico de la empresa GEMINA S.A de C.V

Como primera opción para realizar el diagnóstico de Internacionalización de harina de trigo, se ha decidido realizar una entrevista y encuesta con la compañía GEMINA Industria Harinera, la cual ha fungido un papel importante en la economía de El Salvador, comenzando operaciones en el año 2005, aprovechando desde entonces las oportunidades y la creciente demanda de harina de trigo a nivel nacional, enfrentando desafíos propios del sector, a su vez se ha optado por la modernización en tecnología de punta con sede en la colonia San Francisco, San Salvador. Conforme ha ido pasando el tiempo la empresa se ha adaptado a los cambios y fusionó operaciones con CMI desde marzo de 2020. Buscando la calidad de producción local y fomentando el desarrollo empresarial.

Figura No.2

Logotipo de la compañía Gemina Industria Harinera S.A de C.V



Fuente: logotipo de Gemina Industrial Harinera obtenido de (Gemina, s.f).

GEMINA, fundada en 2005 en El Salvador, ha sido un pilar en la economía local, aprovechando la creciente demanda de harina de trigo con sede en la colonia San Francisco, San Salvador, GEMINA se ha modernizado tecnológicamente y, desde marzo de 2020, ha fusionado sus operaciones con CMI. Actualmente, GEMINA exporta a Guatemala y Honduras, manteniendo la calidad de sus productos con Nicaragua como uno de sus principales proveedores de harina de trigo, (Gemina, s.f).

En la actualidad la empresa sigue comercializando sus productos a nivel nacional e internacional, con exportaciones constantes a Guatemala y Honduras. CMI se ha encargado de mantener la calidad de los productos comercializados en los inicios por la empresa GEMINA siendo la mencionada desde Nicaragua uno de sus principales proveedores en harina de trigo, (Gemina s,f).

Objetivos de la Investigación

Objetivo General: Evaluar el potencial de mercado para la harina de trigo de GEMINA en México y desarrollar estrategias para su entrada y expansión en este mercado.

Objetivos Específicos:

- Analizar la demanda y las tendencias del mercado de harina de trigo en México.
- Identificar a los principales competidores y sus estrategias.
- Evaluar las oportunidades y desafíos del mercado mexicano.
- Proponer estrategias de marketing y distribución para GEMINA.

Conclusión

La internacionalización de GEMINA hacia México presenta una oportunidad significativa para expandir su cuota de mercado y alcanzar una rentabilidad sostenible. Con estrategias adecuadas de marketing, alianzas estratégicas y una logística eficiente, GEMINA puede establecer una presencia sólida en el mercado mexicano y aprovechar las oportunidades de crecimiento.

Diagnóstico de la empresa Molinos de El Salvador S.A de C.V (MOLSA).

El instrumento utilizado como herramienta para recopilación de datos fue una entrevista, La cual servirá para obtener información de parte de la empresa Molinos de El Salvador (MOLSA), cuestionario estructurado con preguntas de perfilamientos, preguntas diseñadas para que el contacto en la empresa pueda otorgar las respuestas con información que será de mucha utilidad para fin de la investigación.

Figura No.3

Logotipo actual de la compañía Molinos de El Salvador S.A de C.V



Fuente: logotipo proporcionado por sitio web Molsa.com.sv

Instrumento de Preguntas Dicotómicas

¿Ha considerado que MOLSA exporte su harina de trigo a México en los últimos 12 meses?

- Sí, se prevé en un periodo de 4 años

¿Cuenta MOLSA con un equipo dedicado a la internacionalización de sus productos hacia otros países?

- Si, cuenta con un equipo de intermodal capacitado en exportación de productos.

¿Ha realizado MOLSA estudios de mercado en México para su internacionalización?

- Sí, se ha realizado estudios a nivel internacional, a México, Colombia y EE. UU

¿Ha enfrentado MOLSA barreras regulatorias al intentar exportar su harina de trigo a algún otro país?

- Sí, sobre todo en países como Belice y el Caribe

¿Qué estrategias ha implementado MOLSA para cumplir con las normativas mexicanas?

- Se ha implementado normas sanitarias y fitosanitarias establecidas en TLC

¿Utiliza MOLSA tecnología avanzada para mejorar la calidad de su producto?

- Sí, Molsa cuenta con maquinaria para optimizar la producción de mercancía,

¿Ha participado MOLSA en ferias comerciales a nivel internacional para promover sus productos?

- Sí, actualmente en todos los países de Centroamérica

¿Colabora MOLSA con socios locales en México para distribuir sus productos?

- Sí, actualmente cuenta con 4 representantes a nivel nacional

¿Ha implementado MOLSA estrategias de marketing digital para promover su harina de trigo en México?

- Sí, actualmente se está trabajando con políticas de producción, precio y promoción

¿Considera MOLSA que la exportación de su harina de trigo a México ha sido exitosa hasta ahora?

- Sí, actualmente se cuenta con 9,000 costales al mes exportados hacia dicho país,

¿Ha enfrentado MOLSA problemas logísticos al exportar su harina de trigo a México?

- Sí,

¿Ha recibido MOLSA feedback positivo de los consumidores mexicanos sobre su harina de trigo?

- Sí

¿Ha realizado MOLSA ajustes en su producto basándose en el feedback de los consumidores mexicanos?

- Sí

¿Ha incrementado MOLSA su volumen de exportación de harina de trigo a México en el último año?

- Sí

¿Considera MOLSA que el mercado mexicano es estratégico para su crecimiento?

- Sí

¿Planea MOLSA expandir su presencia en otros mercados internacionales además de México?

- Sí

Capacitación del Personal

Descripción: Necesidad de capacitar al personal en nuevas normativas y prácticas locales. Impacto: Medio, la falta de capacitación puede afectar la eficiencia y cumplimiento de normativas. Estrategia: Ofrecer programas de capacitación continua para los trabajadores en técnicas de mantenimiento y operación de equipos.

Riesgos Políticos y Legales

Descripción: Inestabilidad política y cambios en las leyes que pueden afectar las operaciones.

Impacto: Medio. Los riesgos políticos y legales pueden crear incertidumbre y afectar la planificación a largo plazo.

Estrategia: Monitorear de cerca el entorno político y legal y desarrollar estrategias de mitigación de riesgos.

Tabla No.7

Análisis de barreras y miedos de Molinos de El Salvador S.A de C.V

Barrera/Miedo	Descripción
Barreras regulatorias	Cumplimiento de normativas y regulaciones mexicanas para productos alimenticios.
Competencia Local	Enfrentar a empresas mexicanas bien establecidas con una base de cliente leal.
Adaptación del Producto	Necesidad de ajustar la harina de trigo para cumplir con las preferencias y normativas locales.
Logística y Distribución	Desafíos en la gestión de la cadena de suministro y distribución en un nuevo país.
Costos de Exportación	Altos costos asociados con el transporte, aranceles y otros gastos de exportación.
Fluctuaciones Económicas	Riesgos asociados con las fluctuaciones en el tipo de cambio y la economía mexicana.
Barreras Culturales	Diferencias culturales que pueden afectar la aceptación del producto en el mercado mexicano.
Protección de Propiedad Intelectual	Riesgos relacionados con la protección de marcas y patentes en México.
Mantenimiento de Equipos	Desafíos en el mantenimiento y reparación de equipos en un nuevo entorno.
Sostenibilidad y Normativas Ambientales	Cumplimiento de las normativas ambientales mexicanas y adopción de prácticas sostenibles.
Marketing y Promoción	Dificultades para adoptar las estrategias de marketing y promoción al mercado mexicano.
Relaciones con Socios Locales	Establecimiento y mantenimiento de relaciones sólidas con socios y distribuidores locales.
Feedback del Consumidor	Riesgo de recibir feedback negativo y necesidad de realizar ajustes en el producto.
Inversión Inicial	Alta inversión inicial requerida para establecer operaciones en México.
Captación del Personal	Necesidad de capacitar al personal en nuevas normativas y prácticas locales.
Riesgos Políticos y Legales	Inestabilidad política y cambios en las leyes que pueden afectar las operaciones.

Fuente: elaboración propia

Nota: en la imagen anterior se pueden visualizar las barreras que los representantes de Molsa S.A de C.V han considerado en cada una de las áreas anteriormente mencionadas.

PLAN DE INTERNACIONALIZACION

3. 1. Plan de Internacionalización

Decisiones de mercado

El mercado de harina de trigo en México se ve influenciado por el conglomerado de los mercados internacionales, los destinos y la variedad de precios responden a la demanda y producción tanto como los acuerdos comerciales y TLC con México. En relación a identificar las decisiones para internacionalizar se pueden catalogar la diversidad de destinos, aumenta las opciones para aprovechar oportunidades en el comercio internacional. Flexibilidad de exportadores en cuanto a precios del producto y adaptarse a la fluctuación del mercado y mantenerse competitivos. La calidad y variedad de la harina de trigo fundamentalmente debe asegurar estándares en la variedad adecuando el producto al país que se ha decidido internacionalizar. Las decisiones de mercado son fundamentales para asegurar el éxito de la internacionalización de la harina de trigo de Harinsa S.A de C.V a México. Estas decisiones influyen en cómo se posicionará el producto en el mercado, cómo se alcanzarán los objetivos comerciales y cómo se diferenciará de la competencia.

Selección de Mercado Objetivo

Segmentación: Identificar los segmentos de mercado a los que se dirigirá el producto. Esto puede incluir hogares, panaderías, restaurantes y otras industrias que utilicen harina de trigo.

Acción: Realizar estudios de mercado para entender las necesidades y preferencias de cada segmento. Desarrollar perfiles de clientes para personalizar las estrategias de marketing.

Estrategia de Entrada

Exportación Directa: Enviar productos directamente desde El Salvador a México. Esto puede ser eficiente si Harinsa ya tiene una infraestructura de exportación sólida.

- **Beneficios:** Menor inversión inicial, mayor control sobre el proceso.
- **Riesgos:** Mayor responsabilidad logística y de cumplimiento regulatorio.
- **Alianzas Estratégicas:** Colaborar con El Tapatío para facilitar la entrada en el mercado mexicano. El Tapatío, con su conocimiento del mercado local y red de distribución, puede reducir barreras de entrada.
- **Beneficios:** Acceso a una red establecida, reducción de costos y riesgos compartidos.
- **Riesgos:** Dependencia del socio local y posible conflicto de intereses.

Estrategia de Precios

Competencia de Precios: Establecer precios competitivos que sean atractivos para los consumidores pero que también aseguren un margen de beneficio sostenible. Realizar un análisis de precios de la competencia y ajustar los precios en consecuencia. Considerar promociones iniciales para incentivar la adopción del producto.

- **Valor Percibido:** Establecer precios basados en el valor percibido por los consumidores. Si la harina de Harinsa se percibe como de alta calidad o con beneficios adicionales, puede justificar un precio más alto.
- **Acción:** Destacar los beneficios únicos del producto en las campañas de marketing para aumentar el valor percibido.

Estrategia de Distribución

Canales de Distribución: Seleccionar los canales de distribución más efectivos para llegar a los consumidores. Esto puede incluir supermercados, tiendas de conveniencia, ventas en línea y distribuidores mayoristas.

- **Acción:** Colaborar con El Tapatío para utilizar su red de distribución y optimizar la cadena de suministro.
- **Logística:** Asegurar que la logística sea eficiente y que el producto se mantenga en óptimas condiciones desde la producción hasta la venta.
- **Acción:** Implementar sistemas de gestión de inventario y monitoreo para garantizar una distribución efectiva y reducir los tiempos de entrega.

Estrategia de Promoción

Publicidad y Relaciones Públicas: Desarrollar campañas de marketing que utilicen medios tradicionales (televisión, radio) y digitales (redes sociales, anuncios en línea).

- **Acción:** Diseñar campañas que resalten la calidad y beneficios del producto. Utilizar testimonios de clientes y colaboraciones con influencers locales para aumentar la visibilidad.
- **Promociones y degustaciones:** Organizar eventos de degustación en puntos de venta y promociones especiales para introducir el producto a los consumidores.
- **Acción:** Planificar y ejecutar eventos de lanzamiento y degustación en tiendas y supermercados para generar interés y probar el producto.

Adaptación del Producto

Etiquetado y Empaque: Adaptar las etiquetas y empaques a las regulaciones mexicanas y preferencias del consumidor.

- **Acción:** Asegurar que el etiquetado cumpla con las normas locales e incluir información que sea relevante y atractiva para los consumidores mexicanos.
- **Calidad y Normas:** Asegurar que el producto cumple con los estándares de calidad requeridos y obtener certificaciones reconocidas.
- **Acción:** Realizar auditorías y pruebas de calidad continuas para mantener los estándares. Estas decisiones de mercado y estrategias específicas aseguran que Harinsa S.A de C.V pueda entrar y competir eficazmente en el mercado mexicano, aprovechando sus puntos fuertes y adaptándose a las demandas y características del mercado local.

Estudio de mercado

El Salvador se ha convertido en el exportador número 48 de harina de trigo al mundo ubicando a México uno de los principales destinos para exportar harina de trigo, además del triángulo norte y Estados Unidos. La demanda se puede aprovechar

aumentando las exportaciones, es fundamental investigar y dar una interpretación mejor del mercado mexicano, contando con alta calidad, entender las reglas de su comercio y la competencia y con ello llegar a los números óptimos de exportación, (Harina de Trigo o Morcajo En el Salvador | Observatorio de Complejidad Económica, 2022).

Se debe mantener contactos con los compradores y distribuidores en México para entender de primera mano las necesidades a cubrir y así estrechar lazos comerciales. El análisis de costos y beneficios para exportar harina de trigo desde El Salvador es fundamental, contando con los costos de transporte, si se exportará definitiva o en bodega fiscal y con todo ello la documentación necesaria, (Harina de Trigo o Morcajo En el Salvador | Observatorio de Complejidad Económica, 2022)

Un estudio de mercado bien ejecutado proporcionará a Harinsa S.A. de C.V. las herramientas necesarias para tomar decisiones estratégicas basadas en datos concretos, lo que facilita su adaptación y éxito en el mercado internacional.

Adaptación de Productos: Ajustar la harina de trigo a las preferencias del mercado mexicano.

Estrategias de Marketing: Desarrollar campañas publicitarias efectivas basadas en el comportamiento del consumidor.

Optimización de Precios: Establecer precios competitivos y atractivos para los consumidores locales.

Reducción de Riesgos: Minimizar los riesgos asociados con la entrada a un nuevo mercado mediante decisiones informadas.

Se requiere la expansión al mercado mexicano, teniendo un estudio que incluya encuestas a panaderías para entender las necesidades y expectativa de la harina de trigo en la compañía, Analizando la competencia y evaluando los principales competidores en el país México y cada estrategia respecto a la harina de trigo, con ello se identifican tendencias emergentes hacia el consumo de productos en el rubro de panaderías y sus semejantes en México.

Detalles de estudio:

- Definir el Objetivo: Clarificar qué se quiere lograr con el estudio.
- Diseñar la Investigación: Decidir el tipo de estudio (cualitativo, cuantitativo, primario, secundario).
- Recolectar Datos: Utilizar encuestas, entrevistas, grupos focales, análisis de datos existentes, entre otros.
- Analizar los datos: Interpretar la información recopilada para obtener datos valiosos.
- Presentar los resultados: Elaborar un informe detallado con las conclusiones y recomendaciones.

i. Comportamiento del consumidor

México es un importante productor y consumidor de trigo, con una producción anual de casi 3.7 millones de toneladas y una variedad de trigo cristalino para hacer pan. Es importante que los exportadores de harina de trigo a México cumplan con los estándares de calidad e inocuidad alimentaria establecidos por el país. Comprender el comportamiento del consumidor permite a Harinsa S.A. de C.V. tomar decisiones estratégicas informadas, adaptar sus productos y servicios a las necesidades del mercado y desarrollar estrategias de marketing efectivas. Se refiere al proceso de cada individuo o segregación que se estudiaron para usar o excluir un producto, considerando las experiencias para obtener datos de necesidades o deseos.

Etapas del Comportamiento del Consumidor

Reconocimiento de la Necesidad

El consumidor identifica una necesidad o deseo el cual requiere una solución, En tal caso un panadero en México necesita harina de trigo para elaborar sus productos con materia prima de alta calidad.

Búsqueda de Información

Cuando se necesite satisfacer una necesidad en el potencial cliente investigara diferentes proveedores de harina de trigo compara precios y calidad.

Evaluación de Alternativas

Se necesita evaluar las diferentes opciones, el consumidor evalúa las diferentes opciones disponibles, El panadero compara las características de la harina con las de otros proveedores

Decisión de Compra

El consumidor toma la decisión de comprar un producto específico, el panadero decide comprar harina de Harinsa debido a su calidad y precio competitivo. Seguido el escenario de post venta y evaluación del producto.

Factores que Influyen en el Comportamiento del Consumidor

Factores Culturales

La cultura, subcultura y clase social del consumidor influyen en sus decisiones de compra. Las preferencias culturales en México pueden influir en la demanda de ciertos tipos de harina

Factores Sociales

Los grupos de referencia, familia y roles sociales afectan el comportamiento del consumidor. Las recomendaciones de otros panaderos pueden influir en la decisión de compra del panadero.

Factores Personales

La edad, ocupación, estilo de vida y personalidad del consumidor juegan un papel importante. Un panadero joven y emprendedor puede estar más dispuesto a probar nuevos proveedores.

Factores Psicológicos

La motivación, percepción, aprendizaje y creencias del consumidor afectan sus decisiones. La percepción de calidad y valor de la harina de Harinsa puede influir en la decisión de compra.

Implicaciones para Harinsa S.A. de C.V.

- **Adaptación de Productos:** Ajustar las características de la harina de trigo para satisfacer las preferencias y necesidades específicas del mercado mexicano.
- **Estrategias de Marketing:** Desarrollar campañas publicitarias que resuenen con los factores culturales y sociales del mercado objetivo.
- **Optimización de Precios:** Establecer precios competitivos que reflejen el valor percibido por los consumidores.
- **Mejora del Servicio al Cliente:** Ofrecer un excelente servicio postventa para asegurar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad.

Perfil comercial

Cuando se considera la exportación a un país destino se debe tomar en cuenta los costos e ingresos con el afán de determinar la viabilidad del producto que se exportará. verificando las regulaciones y cuanto requisito sea necesitaría para la exportación.

Tasa de cambio: Se debe considerar para que el posible impacto de costo por importación, sea el menos posible en el proceso. Realizar un análisis detallado de los costos e ingresos para determinar la viabilidad de la exportación.

Recursos necesarios: Verificando las regulaciones y requisitos mexicanos para importaciones y certificaciones. Considerando la tasa de cambio y su posible impacto en el costo de la exportación.

Pronósticos de ventas: Se deben establecer relaciones con compradores y distribuidores mexicanos para garantizar la venta y distribución de la harina de trigo. Monitorear los cambios en la demanda y el mercado para adaptarse a las nuevas condiciones. La demanda de México en cuanto a la harina de trigo es estable y se prevé que siga creciendo.

Figura No.4

Logotipo de la compañía HARINSA S.A de C.V



Fuente: elaboración propia

Nota: HARINSA El Salvador es una empresa líder en la producción y comercialización de harinas y productos alimenticios en Centroamérica. A continuación, se presentan algunos aspectos clave de su perfil comercial:

- **Historia:** Fundada en el año 2000, HARINSA ha sido una parte integral de la industria panificadora en El Salvador durante más de 15 años.
- **Diversificación:** La empresa ha diversificado su producción, pasando de ser solo una MIPYME a ser una comercializadora en el extranjero
- **Presencia regional:** La empresa tiene una importante presencia en el mercado salvadoreño de harinas de trigo y una presencia regional.
- **Innovación y tecnificación:** HARINSA ha invertido en la modernización y tecnificación de sus instalaciones, lo que le permite ofrecer productos de alta calidad y competitivos.
- **Estructura organizativa:** La empresa cuenta con un Departamento de Comercialización, liderado por Ingeniero Vidal, que se encarga del diseño, planificación y ejecución de planes de marketing, así como la definición de estrategias comerciales para el mix de productos y servicios.
- **Ubicación y horarios:** La sede de HARINSA se encuentra en San Salvador, en la dirección Colonia San Francisco, Calle Los Bambúes y Av. Las Amapolas N0. 30, con horarios de atención de 09:00 a 18:00 de lunes a viernes y cerrado los fines de semana.
- **Contacto:** La empresa puede ser contactada a través del correo electrónico operaciones@harinsa.com.sv o por teléfono al +503 22423331

Localización y Selección de Canales de Acceso al Mercado

El mercado global de harina de trigo espera llegar hasta 423,8 MMT en 2026, con un crecimiento anual compuesto del 4.8% en Latinoamérica entre 2024-2032, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.)

México es un mercado importante para harina de trigo, con entidades federativas como Ciudad de México, Estado de México, Yucatán, Querétaro y Baja California liderando las ventas internacionales en 2023, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe

2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.). La demanda de harina de trigo en el mercado nacional y regional es alta y creciente, impulsada por la expansión de la industria alimentaria y panadera, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.) La competencia en el mercado es moderada, con algunas empresas establecidas y otras nuevas entrando en el mercado, (Mercado de Harina, Crecimiento, informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.). En cuanto a la tendencia actual, es hacia la producción de harina de trigo especializada y de alta calidad, lo que permite que Harinsa S.A de C.V sea diferente y su vez permita ofrecer productos de valor agregado, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.)

La estrategia de entrada a México se consideran varios factores, la competencia, el mercado, logística y regulaciones, lo cual conlleva:

Análisis de la competencia: El mercado mexicano de harina de trigo está dominado por Gruma y Minsa, dos multinacionales mexicanas. Es importante entender las estrategias de barreras de entrada que estos líderes han implementado, como la capacidad instalada que supera la demanda nacional.

Identificación de nichos: Para competir directamente con los líderes, se pueden explorar nichos específicos, como la producción de harina de trigo especializada para la industria alimentaria, la producción de pan y productos de panadería artesanal, o la venta directa a minoristas y consumidores. Desarrollo de una estrategia de diferenciación: La harina de trigo debe ser destacada por su calidad, sabor o características únicas, como la procedencia de los granos o el proceso de molienda. Esto permitirá diferenciarse de la competencia y atraer a clientes leales. Inversión en marketing y promoción: Es importante invertir en marketing y promoción para crear conciencia y atraer a nuevos clientes. Se pueden utilizar canales digitales, publicidad en medios impresos y eventos de marketing para llegar a la audiencia objetivo. En el caso de distribución se implementará el uso de comercializadora El TAPATIO, la cual cuenta con una nave industrial en Ciudad de Hidalgo. Quien constantemente enviará el producto a las pequeñas y grandes empresas con quien se negocia la compra de harina de trigo. Abonado a ello el establecimiento de

alianzas: Se pueden aprovechar dichas negociaciones con empresas de la industria alimentaria, panaderías y minoristas para garantizar la distribución y venta de la harina de trigo. Cumplimiento con normas y regulaciones: Es fundamental cumplir las normas y regulaciones mexicanas sobre la producción y comercio de harina de trigo, incluyendo la certificación de calidad y seguridad alimentaria, como son NOM-147-SSA1-1996, Ley Federal sobre Metrología y Normalización, Codex Stan 152-1985 (Rev. 1-1995) y Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización

[DOF - Diario Oficial de la Federación](#)

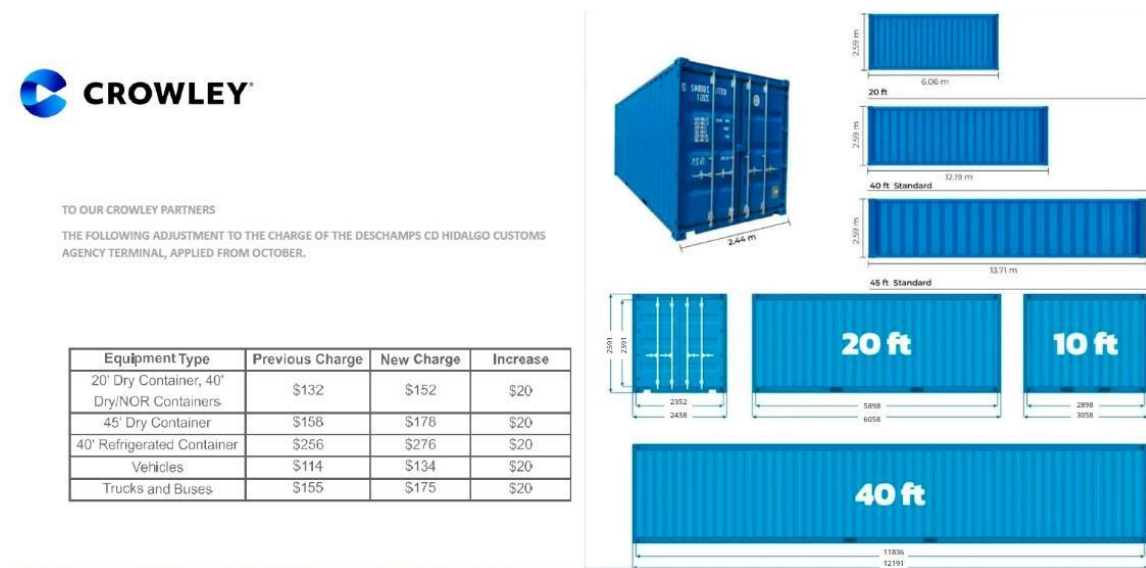
Monitoreo y ajuste: es importante monitorear el mercado y ajustar la estrategia según sea necesario para adaptarse a cambios en la demanda y la competencia, con la comercializadora se contará con información inmediata para proceder con algún ajuste al precio en el mercado.

Ubicación de Intermediarios: en la cadena de distribución se identificaron dos entidades que involucran como intermediario a Distribuidora El TAPATIO en Ciudad de Hidalgo para HARINSA de El Salvador ubicada en Colonia San Francisco de San Salvador. En la cadena de suministro se implementará la exportación con un trayecto de 3 días vía terrestre teniendo origen en la bodega de colonia San Francisco en San Salvador donde se cargará la unidad el primer día y luego hasta la frontera La Hachadura, siendo la más viable para un equipo de 53 cbm, El segundo día cruzaría Guatemala hasta llegar al amanecer del 3er día a la frontera Tecún Umán con México, llegando ese mismo a Agencia Aduanal Ricardo Deschamps en cd Hidalgo posteriormente su descarga en Distribuidora El TAPATÍO de la misma localidad cumpliendo con el itinerario pactado con operadora CROWLEY MARTIME quién fue elegido entre varias cotizaciones para la exportación.

Precios Actuales de contenedores en Crowley Shared Services S.A de C.V

Figura No.5:

Precios de contenedores en Crowley Maritime

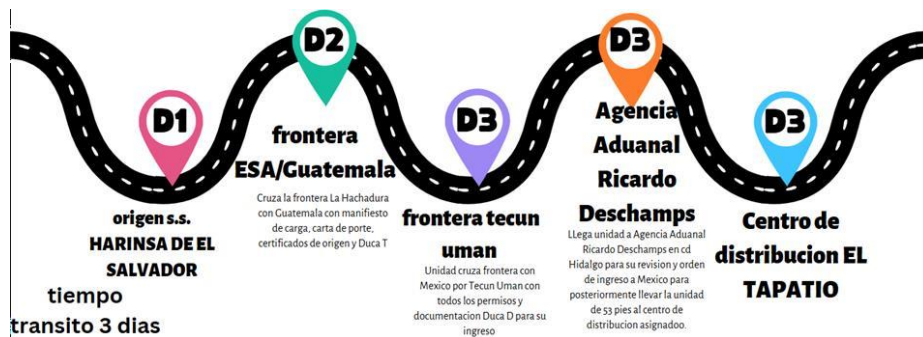


Fuente: Información proporcionada por Crowley Shared Services S.A de C.V

Nota: en la imagen anterior se presenta toda la información de los contenedores que Crowley Shared Services S.A de C.V tiene disponibles para transporte terrestre de El Salvador, Centroamérica y México, de igual forma se presentan las longitudes que dichos contenedores, debido a que, según la carga, así es el contenedor destinado por la naviera, cabe mencionar que, si se llega a hacer uso de transporte marítimo, Crowley Maritime realiza el proceso de embarcación con navieras con barcos de mayor capacidad de carga como Maersk Line, MSC o Hapag Lloyd.

Figura No.6:

Diagrama de Intermediarios

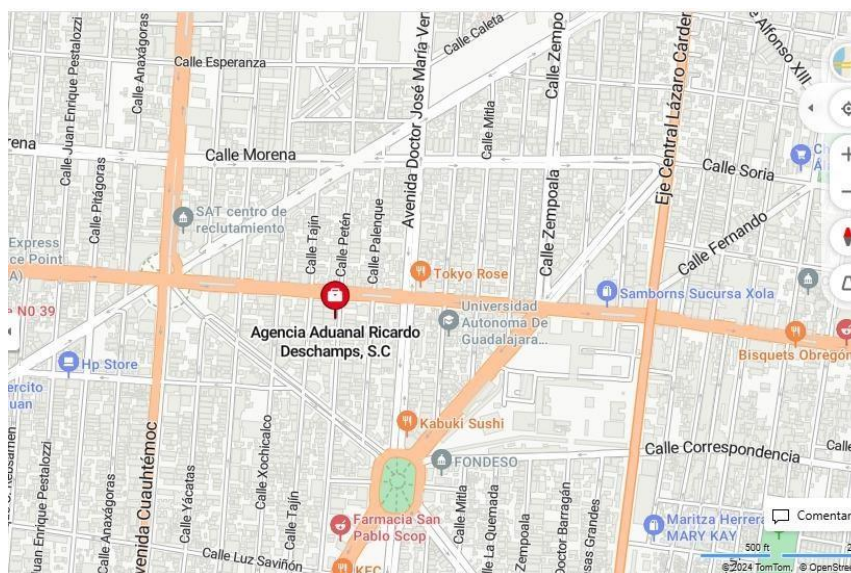


Fuente: elaboración propia

Nota: en la imagen anterior se puede identificar la ruta que Harinsa S.A de C.V debe llevar a cabo al momento de realizar el proceso de exportación desde la frontera Hachadura - El Salvador al Centro de Distribución El Tapatío en México, a su vez se especifican los puntos a los que la carga llegara para su respectiva inspección, tales como: Frontera Tecun UNAM, y la Agencia Aduanal Ricardo Deschamps.

Figura No.7:

Ubicación geográfica de la bodega fiscal

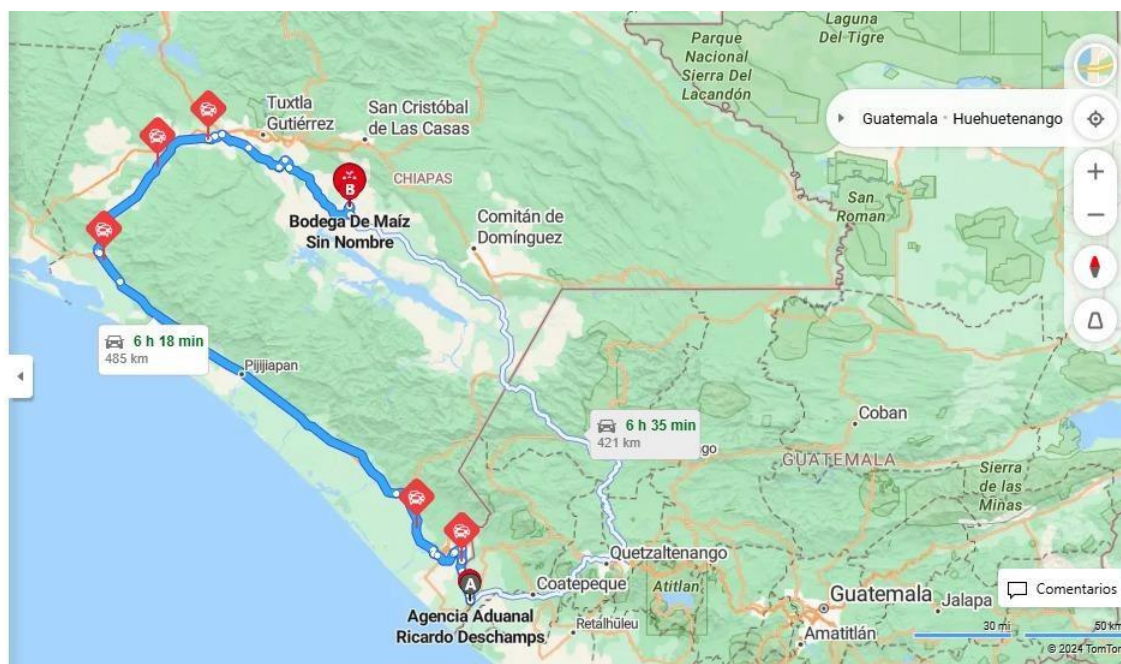


Fuente: toma de captura de Google Maps de la bodega fiscal; Calle Segunda Poniente 24, 30840 Ciudad Hidalgo, Chiapas · 11 km

Nota: en la imagen anterior se presenta la ubicación geográfica de la bodega fiscal denomina Agencia Aduanal Ricardo Deschamps, S.C, donde la carga será sujeta a proceso de inspección.

Figura No.8:

Ubicación geográfica de la comercializadora El Tapatío



Fuente: toma de captura de Google Maps de la comercializadora el Tapatío:
Avenida Tercera Sur Sn, 30850 Frontera Hidalgo, Chiapas

Nota: ubicación geográfica de la comercializadora el Tapatío, el cual será el punto de destino de la carga en México.

3.2 Cadena de Precios de Exportación

La cadena de precios de exportación muestra una estructura de costos bien definida y márgenes de contribución adecuados en cada etapa. Sin embargo, hay oportunidades para optimizar los costos de materiales y logística, lo que podría mejorar aún más la rentabilidad. Al monitorear y ajustar continuamente estos costos, junto con una estrategia de precios competitiva, ayudará a asegurar el éxito en el mercado de exportación.

Costo de Producción y Logística

- Materiales para la fabricación: \$150,000.00 (68% del costo total de producción)
- Mano de obra: \$15,000.00 (6.8% del costo total de producción)
- Cajas y papel de empaque: \$10,000.00 (4.5% del costo total de producción)
- Otros costos de producción y logística: \$46,930.88 (20.7% del costo total de producción)

Total, Costo de Producción y Logística: \$221,930.88 Costo Unitario: \$22.19

Margen de Contribución

- Margen de Contribución del Fabricante (30%): \$66,579.26
- Precio de Venta del Fabricante: \$288,510.14 (\$28.85 por unidad)

Margen de Contribución Mayorista

- Margen de Contribución Mayorista (20%): \$57,702.03
- Precio de Venta del Mayorista: \$500.00 por tonelada

Margen de Contribución Minorista

- Margen de Contribución Minorista (30%): \$103,863.65
- Precio de Venta del Minorista: \$0.50 por kilogramo.

Distribución de Costos:

La mayor parte del costo de producción se destina a materiales (68%). Esto sugiere que cualquier ahorro en la compra de materiales podría tener un impacto significativo en la reducción del costo total. Los costos de mano de obra y empaque representan un 11.3% combinado, lo que indica que hay margen para optimizar estos gastos sin afectar significativamente el costo total.

Costos de Logística:

Los costos de transporte y almacenamiento, tanto en el país de origen como en el destino, representan una parte considerable del costo total. Evaluar alternativas de transporte más económicas o negociar mejores tarifas con proveedores podría reducir estos costos.

Margen de Contribución:

El margen de contribución del fabricante es del 30%, lo que es razonable para cubrir costos operativos y generar ganancias. Sin embargo, es importante monitorear continuamente los costos de producción para mantener este margen.

Los márgenes de contribución del mayorista (20%) y del minorista (30%) son adecuados para asegurar la rentabilidad en cada etapa de la cadena de suministro. Asegurarse de que estos márgenes sean competitivos en el mercado es crucial para mantener la demanda.

Precio de Venta:

El precio de venta del minorista es de \$0.50 kilogramo. Es importante comparar este precio con los precios de productos similares en el mercado de destino para asegurar que sea competitivo. Considerar estrategias de promoción y descuentos para atraer a los consumidores y aumentar las ventas.

Tabla No.8:

Precio de ventas para el proceso de exportación hacia México

Cantidad a exportar:	10000			
Descripción del costo	Tipo de Incoterm	Costo Total	Costo Unitario	Precio acumulado
Materiales para la fabricación		\$150,000.00	\$15.00	\$15.00
Mano de obra		\$15,000.00	\$1.50	\$16.50
Cajas y papel de empaque		\$10,000.00	\$1.00	\$17.50
Crédito financiero		\$5,430.00	\$0.54	\$18.04
Compra de pallets		\$800.00	\$0.08	\$18.12
Plástico retráctil		\$800.00	\$0.08	\$18.20
Alquiler de bodega en país origen		\$400.00	\$0.04	\$18.24
Transporte interno de fábrica a bodega		\$4,000.00	\$0.40	\$18.64
Alquiler de montacargas		\$800.00	\$0.08	\$18.72
Transporte interno de bodega a puerto de origen		\$2,400.00	\$0.24	\$18.96
Costos aduanales		\$800.00	\$0.08	\$19.04
Tramites de exportación		\$-	\$-	\$19.04
Flete internacional		\$12,000.00	\$1.20	\$20.24
Seguro internacional 1.75% s/valor FOB + transporte		\$3,542.53	\$0.35	\$20.60
TAX		\$12,358.35	\$1.24	\$21.83
Gastos portuarios destino		\$1,200.00	\$0.12	\$21.95
DAI		\$-	\$-	\$21.95
Transporte interno del puerto destino a bodega del cliente		\$2,400.00	\$0.24	\$22.19
Costos totales		\$221,930.88	\$22.19	
Margen de contribución nuestro 30%	30%	\$66,579.26	\$6.66	
Precio de venta del fabricante		\$288,510.14	\$28.85	
Margen de contribución mayorista 20%	20%	\$57,702.03	\$5.77	
Precio de venta del mayorista		\$346,212.17	\$34.62	
Margen de contribución minorista 30%	30%	\$103,863.65	\$10.39	
Precio de venta del minorista		\$450,075.82	\$45.01	

Fuente: elaboración propia

Nota: en la imagen anterior se muestra el precio de ventas donde se contemplan diversos elementos para llevar a cabo el proceso de exportación hacia México, tales como: la cantidad a exportar, la descripción del costo, materiales para la fabricación, la mano de obra, la cantidad de cajas y papel de empaque, el crédito financiero, la compra de pallets, costos aduanales entre otros, en cada uno de estos elementos se calcula el costo total, costo unitario y precio acumulado.

Promoción internacional

La estrategia de promoción internacional está diseñada para maximizar la visibilidad de Harinsa S.A. de C.V., generar demanda y establecer relaciones comerciales sólidas en el mercado internacional. La combinación de participación en ferias, campañas de publicidad, investigación de mercados y marketing directo asegura un enfoque integral y efectivo.

Objetivos de la Promoción

- Aumentar la Visibilidad de la Marca: Dar a conocer Harinsa y sus productos en el mercado internacional.
- Generar Demanda: Atraer a nuevos clientes y distribuidores interesados en la harina de trigo de Harinsa.
- Fomentar Relaciones Comerciales: Establecer contactos y alianzas con Distribuidores y agentes locales.

Elementos de la Promoción

Participación en Ferias y Exposiciones

Feria Internacional de la Industria Molinera, Panadería y Confitería

- Objetivo: Mostrar la calidad de la harina de trigo de Harinsa y establecer contactos con distribuidores y clientes potenciales.

- Actividades: Stand interactivo, demostraciones de productos, distribución de muestras gratuitas, y reuniones con posibles socios comerciales.
- Presupuesto: \$7,165.40

EXPO PAN 2024

- Objetivo: Ampliar la red de contactos y fortalecer la presencia de la marca en el mercado de panadería y confitería.
- Actividades: Presentaciones de productos, talleres y seminarios, y networking con profesionales de la industria.
- Presupuesto: \$3,566.10

Campañas de Publicidad

Publicidad BTL (Below the Line)

- Objetivo: Crear conciencia de marca a través de medios no convencionales y directos.
- Actividades: Publicidad en redes sociales, vallas publicitarias, y promociones

Publicidad ATL (Above the Line)

- Objetivo: Alcanzar a una audiencia amplia a través de medios masivos.
- Actividades: Anuncios en prensa, televisión y radio.
- Presupuesto: \$34,687.24

Investigación de Mercados

- Objetivo: Obtener información detallada sobre el mercado objetivo y las preferencias de los consumidores.

- Actividades: Encuestas, grupos focales, y análisis de datos de mercado.
- Presupuesto: \$4,291.80

Marketing Directo

- Objetivo: Establecer una comunicación directa y personalizada con los clientes potenciales.
- Actividades: Envío de correos electrónicos, llamadas telefónicas, y visitas a clientes potenciales.
- Presupuesto: \$4,635.62

Ejecución de la Promoción

- Cronograma: Planificar las actividades promocionales a lo largo del año, asegurando una presencia continua en el mercado.
- Equipo de Trabajo: Designar un equipo responsable de la implementación y seguimiento de la promoción.
- Monitoreo y Evaluación: Establecer indicadores de rendimiento (KPIs) para medir el éxito de la promoción y realizar ajustes según sea necesario.

Resumen de Presupuesto (USD)

- Total, de Costos Iniciales: \$2,532.06
- Costos Adicionales de Exportación: \$ (incluyendo flete, seguro, despacho aduanal, aranceles e impuestos, y transporte interno)
- Margen de Beneficio: \$321.54
- Precio Final de Exportación: \$500 por tonelada (1000 kilos)
- costo fijo \$200
- costo variable \$140

Tabla No.9:
Simulador Financiero de comercialización por tonelada

Año	Ventas	Ingreso total (\$)	Costo total (\$)	Ganancia Bruta (\$)	Flujo de Caja (\$)
1	10,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1,500.00
2	11,000.00	3,300.00	2,200.00	1,100.00	2,100.00
3	12,100.00	3,630.00	2,420.00	1,210.00	2,700.00

Fuente: elaboración propia

Puntos de interés: incremento anual del 10% con margen de ganancia de \$100 por tonelada, proyección flujo de caja \$100 por tonelada.

Punto de equilibrio

$$punto\ de\ equilibrio = \frac{costo\ fijo}{precio\ por\ unidad - costo\ variable}$$


Tomando los datos del plan financiero de costo variable \$140 costo fijo \$200 precio \$500 por tonelada de harina de trigo

$$punto\ de\ equilibrio = \frac{200}{500 - 140}$$

$$punto\ de\ equilibrio = \frac{200}{360} \approx 0.56\ toneladas$$

Lo cual implica que se deben vender 0.56 toneladas de harina de trigo para cubrir los costos y alcanzar el punto de equilibrio. Todo lo que se venda por encima de este dato generara ganancia para HARINSA SA de CV.

Tabla No.10:*Información de contenedor terrestre*

Vehiculo		Imagen de la Unidad
Nombre	Crowley Transportes	
Modelo	53	
Capacidad de carga	28	
Capacidad	2.00m de ancho x 16 m de largo 3 m de alto	
Costo de alquiler	\$152.00 x m3	
Nota	Contenedor terrestre	

Fuente: elaboración propia

Nota: la tabla anterior describe los detalles del modelo del contenedor con el que se pretende llevar a cabo el transporte terrestre hasta El Tapatío en México.

Tabla No.11:*Información de fabrica*

Fabrica	
Nombre	CMI - Centro de Servicios Integrados
Ubicación	5 Av. 14-45 zona 10, Edificio Centro Empresarial
Dimensiones	60m2 x 3m de alto
Costo de la fábrica	\$450,000.00
Producto	Harina de trigo
Costo de adquisición	\$350.00 x tonelada
Materiales	N/A
Mano de obra	\$1.58 x hora
Compra de maquinaria (3 montacargas)	\$3,140.00
Pallets	\$2.00 x pallet de 2.5 cbm
Costos fijos	\$565.00
Luz, línea fija e internet	\$650.00

Fuente: elaboración propia

Nota: la tabla anterior describe los detalles del modelo del producto, a su vez el costo de adquisición, la mano de obra, maquinaria, pelletería, costos fijos, entre otros.

vii. Transporte y Logística

Para exportar harina de trigo a México en 2025, es importante considerar las tendencias logísticas, la expansión de zonas industriales y el comercio internacional. Sin embargo, también es fundamental abordar los desafíos relacionados con la estructura y estandarización del trabajo para garantizar un servicio logístico eficiente y seguro. Requisitos y Procedimiento para la Importación de Harina de Trigo en México. Según las normas oficiales mexicanas, la importación de harina de trigo en México requiere cumplir con los siguientes requisitos y trámites:

- **Certificaciones:** La harina de trigo debe cumplir con la Norma Oficial Mexicana (NOM) sobre Harinas de cereales, sémolas o semolinas, y productos de panificación.
- **Registro:** El importador debe registrar su empresa en la Secretaría de Economía (SE) y obtener un Registro Único de Importador (RUI).
- **Declaración de Importación:** Se debe presentar una Declaración de Importación (DI) al momento de la llegada del producto a aduanas, proporcionando información detallada sobre el producto, incluyendo su clasificación arancelaria, valor y cantidad.
- **Pago de Aduanas:** Se debe pagar el arancel y otros impuestos aplicables sobre el valor de la mercancía.
- **Inspección Física:** La harina de trigo puede ser objeto de inspección física por parte de las autoridades aduaneras y sanitarias para verificar su condición y cumplimiento con las normas mexicanas.

Regulaciones

En México, la importación de harina de trigo está regulada por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SAGARPA) y la Secretaría de Comercio y Fomento Industria I (SECOFI). A continuación, se presentan las regulaciones clave:

- **Certificados de Origen:** Los productos de harina de trigo importados deben cumplir con los requisitos de origen, emitidos por la autoridad competente del país de origen.
- **Análisis de Sustancias Químicas:** La harina de trigo importada debe ser analizada para detectar la presencia de sustancias químicas prohibidas, como glútenes modificados o aditivos no autorizados.
- **Inspección Física:** La harina de trigo importada debe ser inspeccionada físicamente para verificar su condición y calidad.
- **Declaración de Importación:** Los importadores deben presentar una declaración de importación detallada, incluyendo la cantidad, peso y valor de la harina de trigo importada.
- **Tarifas Arancelarias:** La harina de trigo importada está sujeta a tarifas arancelarias, que varían dependiendo del país de origen y el tipo de harina.
- **Normas de Salud:** La harina de trigo importada debe cumplir con las normas de salud y seguridad alimentaria establecidas por la Secretaría de Salud (SSA) y la Agencia Federal para la Protección del Medio Ambiente (PROFEPA).
- **Registro de Importadores:** Los importadores de harina de trigo deben registrarse ante la SAGARPA y SECOFI y obtener una autorización para realizar operaciones comerciales.

Política de Producto

En México, la política de producto para exportar harina de trigo se rige por las siguientes disposiciones:

- **Ley Federal de Protección al Consumidor:** Establece normas para la calidad y seguridad de los alimentos, incluyendo la harina de trigo.
- **Norma Oficial Mexicana (NOM) 257-FFCC-2016:** Regula la producción, comercialización y uso de harina de trigo en México, incluyendo requisitos de calidad, etiquetado y seguridad.
- **Reglamento de Importación y Exportación de Alimentos:** Establece procedimientos y requisitos para la importación y exportación de harina de trigo,

incluyendo la presentación de documentos y el cumplimiento de normas de calidad y seguridad.

- Acuerdo Nacional de Producción y Comercialización de Harina de Trigo: Establece objetivos y estrategias para la producción y comercialización de harina de trigo en México, incluyendo la promoción de la exportación.

Control de Calidad y Gestión de Inventarios

- **Análisis para Exportar harina de trigo a México**
- Para exportar harina de trigo a México, es crucial realizar un análisis exhaustivo que asegure la calidad y cumplimiento de las normativas mexicanas. (https://bamconsultores.com/index.php/home/analisis_harina)
- **Análisis Físico-Químico**
- **Contenido de Humedad:** La humedad de la harina debe estar dentro de los límites permitidos (generalmente no más del 15%) para evitar problemas de almacenamiento y transporte.
- **Proteína:** El contenido de proteína es crucial para determinar la calidad de la harina, especialmente para productos de panadería.
- **Gluten:** Tanto el gluten húmedo como el seco deben ser medidos para asegurar la calidad de la harina y su capacidad de formar masas adecuadas.
- **Cenizas:** El contenido de cenizas indica la cantidad de minerales presentes en la harina y debe estar dentro de los límites establecidos para asegurar la pureza del producto.
- **Análisis Microbiológico**
- **Presencia de Patógenos:** Es esencial realizar pruebas para detectar la presencia de patógenos como Salmonella y E. coli, que pueden comprometer la seguridad alimentaria.
- **Recuento Total de Bacterias:** Este análisis ayuda a determinar la carga microbiana total de la harina, asegurando que esté dentro de los límites aceptables.
- **Análisis Reológico**
- **Alveograma:** Este análisis mide la tenacidad y extensibilidad de la masa, lo cual es crucial para productos de panadería.

- **Farinograma:** Evalúa la absorción de agua, el tiempo de desarrollo y la estabilidad de la masa, proporcionando información sobre la calidad de la harina para diferentes aplicaciones.

Análisis Sensorial

- **Color y Olor:** La harina debe tener un color y olor característicos que indiquen frescura y calidad.
- **Textura:** La textura de la harina debe ser uniforme y libre de grumos.
- **Logística y Transporte**
- **Empaque:** Utilizar empaques adecuados que protejan la harina de la humedad y contaminantes durante el transporte.
- **Almacenamiento:** Asegurar condiciones óptimas de almacenamiento para mantener la calidad de la harina hasta su llegada al destino

Gestión de Inventarios

- El método FIFO asegura que todos los aspectos relacionados con la calidad y la gestión de los productos estén claramente definidos y organizados, la implementación de una gestión de inventarios es crucial para demostrar cómo la empresa asegura la calidad y disponibilidad de sus productos a lo largo de la cadena de suministro. Se implementará Zoho Inventory para la gestión y con ello tomar la mejor decisión para optimizar las operaciones de Ingreso, transferencias, ajustes de inventario, egresos, entre otros, (Zoho Inventory, 2021).
- La metodología añade usuarios definiendo roles y permisos para delegar responsabilidades en coordinación del producto tanto dentro como fuera de la empresa. Implementar Zoho Inventory ayudará a mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente al tener un control más preciso y actualizado del producto, (Zoho Inventory, 2021)
- Implementar Zoho Inventory puede ayudarte a mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente al tener un control más preciso y actualizado de tu inventario, (Zoho Inventory, 2021)

Gestión de Pedidos

- **Órdenes de Compra y Venta:** crear órdenes de compra para tus proveedores y órdenes de venta para tus clientes. Zoho Inventory permite gestionar estas órdenes de manera centralizada, (Zoho Inventory - Plataforma de Gestión de Pedidos y Control de Inventario, 2021)
- **Facturación y Pagos:** Genera facturas y gestiona los pagos de manera eficiente. Zoho Inventory se integra con Zoho Books para una contabilidad sin problemas.

Integraciones

- **Integración con Zoho CRM:** sincronizar tus datos de clientes, pedidos y finanzas con Zoho CRM para una gestión integral del ciclo de ventas. El desplazamiento de la mercadería se llevará a cabo a través de Ordenes de pedido para que el producto darle salida a dicha mercancía desde el puerto hasta la bodega del cliente.
- **Integraciones Externas:** Zoho Inventory se integra con plataformas como Shopify, WooCommerce, Amazon y eBay, lo que facilita la gestión de inventarios en múltiples canales de venta.

Seguimiento y Reportes

- **Seguimiento de Inventario:** utilizar las funciones de seguimiento de extremo a extremo para controlar el nivel de stock desde el pedido hasta la entrega.
- **Reportes Automáticos:** Genera informes automáticos para obtener datos valiosos sobre ventas, compras y niveles de inventario.

Recomendaciones de Embalaje

- Embalaje: Harinsa S.A de C.V hace uso de recipientes herméticos resistentes al viento y la humedad para proteger la harina durante el transporte. Los envases de polietileno o papel Kraft son opciones viables.
- Tamaño del contenedor: Harinsa S.A de C.V utilizará para facilitar su manejo de mercancías y almacenamiento en México un furgón 53 pies cúbicos.
- Etiquetado: Se asegurará que el etiquetado cumpla con los requisitos de la Norma Oficial Mexicana (NOM) y contenga información como el nombre del producto, ingredientes, instrucciones de uso y datos de la empresa exportadora.
- Certificaciones: Se tramitarán las certificaciones como “Certificación de Seguridad Alimentaria” (CSA) y “Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura” (CBPM) para demostrar la calidad e inocuidad de la harina.
- Documentación: Se elaborará documentación adicional como la “Declaración de Origen” y la “Certificación de Análisis Químico” para cumplir con los requisitos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SAGARPA) en México.
- Transporte: Se seleccionará un transportista experimentado que pueda manejar envíos de harina en diversas condiciones climáticas.
- Aduana: Se asegurará de cumplir con los requisitos de la aduana mexicana, incluida la presentación de documentos como la “Declaración de Importación” y el “Permiso de Importación”.

vii Localización de Barreras

La internacionalización de la harina de trigo hacia México enfrenta varios obstáculos y temores, que se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Regulaciones y Normas: La legislación mexicana sobre alimentos y bebidas puede ser compleja y variar según el estado o región, lo que puede generar incertidumbre y miedo a la no conformidad entre los exportadores.

- **Calidad y Seguridad:** La harina de trigo debe cumplir con los estándares de calidad y seguridad alimentaria mexicanos, lo que puede requerir ajustes en la producción y procesamiento en los países exportadores.
- **Certificación y documentación:** La documentación y certificación necesarias para la importación de harina de trigo en México pueden ser onerosas y tiempo consumidor, lo que puede generar miedo a la demora y costos adicionales.
- **Comercio y logística:** La logística y el comercio internacional pueden ser complejos y caros, lo que puede generar miedo a la no entrega o retrasos en la entrega de la harina de trigo.
- **Competencia y Mercado:** La competencia en el mercado mexicano de harina de trigo puede ser feroz, lo que puede generar miedo a la pérdida de mercado o precio.
- **Riesgos de Cambio Climático:** La variabilidad climática puede afectar la producción y calidad de la harina de trigo en los países exportadores, lo que puede generar miedo a la no disponibilidad o calidad inferior de la harina.

Para Harinsa, la localización de barreras en México puede implicar varios desafíos y consideraciones clave, es importante destacar que estos obstáculos y temores pueden variar según el país o región de origen de la harina de trigo y la capacidad de los exportadores para adaptarse a las regulaciones y normas mexicanas. El mercado de harina de trigo en México se ha visto dominado por grandes empresas como GRUMA Y MINSA, que tiene una capacidad instalada que supera la demanda nacional. Este duopolio puede dificultar la entrada de nuevas empresas debido a su poder de fijación de precios y su capacidad para absorber fluctuaciones en la demanda.

Para superar estas barreras, Harinsa puede considerar las siguientes estrategias:

- **Alianzas Estratégicas:** Formar alianzas con proveedores locales y distribuidores para asegurar un suministro constante y reducir costos.
- **Innovación en Productos:** Desarrollar productos diferenciados que se alineen con las tendencias de consumo saludable.

- **Optimización de Costos:** Implementar tecnologías y procesos eficientes para reducir costos operativos.
- **Cumplimiento Normativo:** Mantenerse actualizado con las regulaciones y normativas para evitar sanciones y asegurar la competitividad.

Perfil país

México es uno de los países con mayor población a nivel mundial, dicha población es de aproximadamente 118 millones de habitantes, la lengua materna es el español, que convive junto con 67 lenguas indígenas, México es una república representativa y democrática, conformada por estados libres y soberanos, y el Distrito Federal, que es conocido como la Ciudad de México. El gobierno federal y los gobiernos estatales cuentan con sus Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, (Información General Sobre México, s. f.).

La República está integrada por 31 estados libres y soberanos, y el Distrito Federal, que es conocido como Ciudad de México. El gobierno federal y los gobiernos estatales cuentan con sus Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y el cargo se ejerce por seis años, sin posibilidad de reelección. El presidente tiene amplias facultades, entre las que destacan la de nombrar a los miembros de su gabinete, promulgar las leyes aprobadas por el Poder Legislativo y el ser comandante Supremo de las Fuerzas Armadas, (Información General Sobre México, s. f.).

El Poder Legislativo reside en el Congreso de la Unión, integrado por el Senado (compuesto por 3 senadores por cada estado y 32 que son asignados por representación proporcional y que permanecen en su cargo por seis años) y la Cámara de Diputados (compuesta por 300 diputados representantes de distintos electorales y 200 electos por representación proporcional, y cuyas elecciones se celebran cada tres años). Los senadores y diputados federales no pueden ser reelegidos para un segundo periodo consecutivo en la misma Cámara, (Información General Sobre México, s. f.)

Figura No.9*Análisis PESTEL*

P	<p>POLÍTICA: De acuerdo con el Índice de Corrupción IPC, realizado por la Transparencia Internacional de México pasó a ocupar de la posición 130 en el año 2019 a la 124 en el año 2020, entre los 180 países evaluados, ubicando al país a la par de naciones como Bolivia, Kenia, Kirguistán y Pakistán y por encima de países como Azerbaiyán, Gabón, Malawi, Mali y Rusia. México sigue siendo el país peor evaluado entre los integrantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) al posicionarlo en el lugar 37 de 37 países que lo integran, (WEB, 2021).</p>
E	<p>ECONÓMICO: De acuerdo a los datos del en su reporte de ‘Doing Business 2019’, México se encuentra en el puesto número 94 de la clasificación de países que tienen una mayor facilidad para abrir un negocio. Entre los aspectos que se evalúan, están los permisos, licencias e inscripciones que en conjunto permiten que dicho negocio sea formal y aporte al crecimiento de la economía del país</p>
S	<p>SOCIAL: Los factores sociales y socioculturales en México incluyen el crecimiento de la población, la distribución de edad, actitudes profesionales y otros aspectos que influyen en la forma en que las empresas operan y su rentabilidad.</p>
T	<p>TECNOLOGÍA: El uso de tecnologías de secado y almacenamiento avanzadas ha permitido mejorar la conservación y calidad de la harina de trigo, reducir pérdidas y aumentar su disponibilidad en el mercado</p>
E	<p>ENVIROMENTAL: La Secretaría de Medio Ambiente busca mejorar el sistema de manejo integral de residuos, desde la generación hasta su disposición final, y promover la participación del sector privado en la gestión de residuos. La estrategia incluye metas anuales de acopio y envío de materiales a reciclaje.</p>
L	<p>LEGAL: D23 La ley federal de protección al consumidor regula la producción, comercio y distribución de alimentos, incluyendo la harina de trigo, garantizando su seguridad y calidad para el consumidor.</p>

Fuente: elaboración propia

Nota: en la tabla anterior se presenta el Análisis PESTEL donde se evalúan los siguientes elementos: Política, Económica, Social, Tecnología, Enviromental y Legal.

PIB per cápita

El PIB per cápita es un muy buen indicador

Es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de México, en 2023, fue de 13.070 € euros, con el que se sitúa en el puesto 66 del ranking y sus habitantes tienen un bajo nivel de vida en relación al resto de los 196 países del ranking de PIB per cápita. A ello se le une el hecho de que el salario medio de los mexicanos es uno de los más bajos del mundo,

Inflación

La tasa de variación anual del Índice de Precios del Consumidor en México (IPC) en julio de 2024 ha sido del 5,6%, 6 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC ha sido del 1.1% de forma que la inflación acumulada en 2024 es del 2.7%, cabe destacar la subida del 1,9% de los precios de alimentos y bebidas no alcohólicas, hasta situarse en una tasa anual de 7,3%, la cual contrasta con el descenso de los precios de vestido y calzado del -0,1% y una variación interanual del 2,5%, (IPC de México 2024, 2024)

Tasas de préstamos

De acuerdo con la información del Banco de México (Banxico) publicada en su micro sitio de análisis de indicadores de crédito, se puede decir que del 30 de junio al 31 de octubre del 2023 (último dato registrado), la tasa de intereses promedio en créditos personales pasó de 45.11% a 45.76% es decir, 0.65 puntos porcentuales mayor al original, sin embargo, en los últimos meses este indicador en créditos personales ha venido a la baja, pues en febrero del 2023 cuando registró el nivel de tasa de mayor nivel de los últimos años con un 47.87%, (IPC de México 2024, 2024)

Impuestos

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) informa que, en el primer semestre de 2024, la recaudación tributaria alcanzó los 2 billones es decir 536 mil 306 millones de pesos, lo que representa un incremento de 251 mil 220 millones de pesos en

comparación con el mismo periodo de 2023, es decir un crecimiento real del 6.1%. Con esta cifra se superó lo presupuestado en la Ley de Ingresos de la Federación (LIF) para los primeros seis meses del año, al recaudar 100.1%, (De Administración Tributaria, 2024)

Ingresos, gasto y ahorro del hogar

Con el Impuesto al Valor Agregado (IVA) se obtuvieron 670 mil 865 millones de pesos, es decir 61 mil 345 millones de pesos, mientras que de impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS) se registró una recaudación de 314 mil 078 millones de pesos, lo que representa 122 mil 298 millones de pesos, siendo en términos nominales respecto al mismo periodo de 2023, dichos resultados han sido generados debido a la implementación del Plan Maestro de Fiscalización y Recaudación, la cual ha permitido piso parejo en el cobro de impuestos sin necesidad de crear nuevos impuestos o aumentar los existentes, (De Administración Tributaria, 2024).

Estudio de mercado

Comportamiento del consumidor

La harina de trigo es uno de los ingredientes considerados como básicos en cualquier despensa o supermercado de México, debido a la diversidad de alimentos que pueden elaborarse a través de esta, alimentos como las pastas, galletas, bases de pizzas y bebidas energéticas, conforme a los Sistemas de Clasificación Económica Internacional, la industria de trigo se considera una Actividad Manufacturera Integrante de la División I y a su vez está conformada por subgrupos: harina de trigo, pan y pasteles, así como galletas y pastas alimenticias. Dichas actividades se clasifican en: harina de trigo (molienda de trigo), pan y pasteles (panificación industrial), panaderías, tortilla de harina de trigo, galletas y pastas alimenticias (productos de galletas y pastas para sopas), (Juárez, 2022).

Factores demográficos

a) Número de hogares

El trigo es el segundo grano más importante de México después del maíz, representando el 10% de la ingesta diaria de calorías y el 40% del gasto de granos en los hogares de México, aunque la producción de trigo en México se distribuye por todo el país, los estados productores de mayor magnitud son: Sonora, Guanajuato, Baja California y Sinaloa, que representan el 96% de los hogares en México.

El consumo total de trigo estimado para la temporada 2022 - 2023 en México es de 7,6 millones de toneladas, debido a no poder competir en respecto de precio según los cultivos de alimentos de animales y otros del trigo. El consumo en México en el periodo de 2021 – 2022 fue de 7.5 millones de toneladas, un 3% mayor que el periodo anterior.

b) Composición de familias

En el marco de la conmemoración del Día Internacional de las Familias, las familias y los hogares en México han sufrido diversas modificaciones en su conformación, funciones y el tipo de relaciones que se establecen en sus integrantes, derivadas de los cambios demográficos y en respuesta a las tendencias mundiales, (De Población, 2020)

En México actualmente se identifican familias y hogares integrados por madre, padre e hijos o hijas, en muchas ocasiones, las y los abuelos forman parte de dicha familia donde se encuentran encabezados por padres y madres solteros, parejas conformadas sin hijos o hijas, donde han postergado su paternidad y maternidad, parejas de adultos cuyas hijas o hijos han dejado ya el hogar, personas que viven solas, parejas del mismo sexo con o sin hijos e hijas así como nuevas familias donde se han unido sin ningún tipo de documentación legal, (De Población, 2020).

En 2020, de acuerdo a Proyecciones de Población de México y de las Entidades Federativas 2016- 2050, en el país residen 127.8 millones de personas, de las cuales 20.6% son niños y niñas menores de 12 años, 30.7% son personas jóvenes de 12 a 29 años, 37.4%

son personas adultas de 30 a 59 años y 11.3% son personas de mayores o iguales a 60 años, (De Población, 2020).

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2018 (ENIGH) en México hay 34,744,818 hogares, de los cuales el 28.7% encabezados por mujeres y 71.3% por hombres, el tamaño promedio del hogar es de 3.6 personas en estos la edad promedio del jefe o jefa de hogar alcanza los 49.8 años, (De Población, 2020).

Los hogares familiares comprenden el 88.1% del total de hogares de México. La mayoría son nucleares (71.3%) es decir que están formados por parejas con o sin hijos/as o únicamente por el padre o la madre, denominados monoparentales 27.9% son hogares ampliados, integrados por nucleares y monoparentales, como tíos/as, primos/as, hermanos/as, suegros/as, entre otros por último el 0.8% son hogares compuestos es decir hogares integrados por familias nucleares o ampliados y además con personas que no tienen ningún parentesco con el jefe o jefa del hogar, (De Población, 2020).

c) Ingreso, gastos y ahorro por familia

Con respecto a las actividades laborales de quienes integran las familias y los hogares, se puede decir que en el año 2018 el 36.6% de los hogares conformados por una pareja con hijos e hijas estaban insertos en el mercado laboral, el jefe o la jefa de hogar y su cónyuge, el 34.7% solo él o la jefe es empleado, en 3.0% el o la cónyuge, en 2.4% solo una persona integrante del hogar, en 11.5% la pareja al menos otra persona integrante del hogar en 9.0% solo el jefe o la jefa y al menos una persona integrante del hogar y el 1.3% ningún integrante dijo tener empleo, (De Población, 2020).

d) Hombres

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda realizado en 2020 en México cuenta con 126,014,024 habitantes, ocupando el lugar No.11 de los países con mayor población a nivel mundial, de cada 100 habitantes, 49 son hombres, sin embargo, hay

mayor cantidad de hombres de 0 a 19 años, a partir de los 20 a 24 años la cantidad de hombres es menor, (Número de Habitantes. Cuéntame de México, 2020)

e) Mujeres

Durante los últimos 70 años, la población en México ha crecido cuatro veces, en 1950 había 25.8 millones de habitantes, en 2020 hay 126 millones, de 2010 a 2020, la población se incrementó en 14 millones de habitantes, por el contrario, a los hombres en el caso de las mujeres de cada 100 habitantes, 51 son mujeres, (Número de Habitantes. Cuéntame de México, 2020).

f) Edades

Actualmente en México las edades entre hombres y mujeres suelen haber mayor presencia de un género o de otro variando según la edad, por ejemplo, de 10 a 14 años existe un 4.4% de presencia de hombres y mujeres un 4.3%, por el contrario, en las edades de 5 a 9 años la mayor presencia es de hombres con un 4.3% y mujeres un 4.2%, (Número de Habitantes. Cuéntame de México, 2020).

g) Origen de la etnia

México es un país pluricultural y multiétnico, la situación actual que prevalece respecto a sus pueblos indígenas y afro mexicanos se caracteriza por la inadecuada protección integral, plena y efectiva a sus derechos humanos, debido a la falta de reconocimiento como sujetos de derecho público y pese a su reconocimiento en el artículo No.2 de la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM).

Factores psicográficos

a) Lugar de compra de Harina de trigo

Actualmente en la ciudad de Hidalgo, México cuenta con las siguientes plantas industriales de Harina de Trigo:

- 1) Molinera de México SA de CV. Planta Hermosillo. Planta Celaya
- 2) Molinera la Espiga SA de CV. Planta Navojoa
- 3) Grupo Trimex del Sureste SA de CV. Planta Coatzacoalcos
- 4) Harinera Monterrey SA de CV. Planta Monterrey
- 5) Harinera Seis Hermanos SA de CV. Planta Irapuato
- 6) Molinos de Trigos Metropolitanos SA de CV. Planta Cuautitlán

b) Número de veces que se compra Harina de trigo

En México, de cada 10 plantas industriales, 9 operan en la elaboración de pan y pasteles, es decir el 92.1%, galletas y pastas con el 7.4% haciendo uso de harina de trigo y la molienda de trigo con el 0.5%, donde se estima que a nivel nacional existen más de 30 mil unidades de producción, (Juárez, 2022).

El tamaño de las unidades económicas de plantas industriales procesadoras de harina de trigo que ocupan de una a 15 personas y representan el 96.7%, del total de establecimientos, las pequeñas empresas con trabajadores de 16 hasta 100, representan el 3% y finalmente los establecimientos medianos y grandes, representan apenas el 0.3% del total, (Juárez, 2022).

c) Tendencias

Actualmente la demanda de harina de trigo en la ciudad de Hidalgo ha incrementado considerablemente debido a la escasez de harina de trigo que México como país ha venido enfrentando desde el comienzos del 2022 a raíz del conflicto armado entre Rusia y Ucrania, a su vez las considerables restricciones que Rusia ha establecido para exportar harina de trigo a países consumidores, lo cual ha contribuido al incremento de los precios de todos los productos derivados de la harina de trigo, (Momento Digital, El Periódico de San Luis Potosí, 2024)

La crisis de harina de trigo en la ciudad de Hidalgo y en México en general como país ha generado un impacto significativo en la economía del país. La disminución en la producción ha llevado a un aumento en los precios de los alimentos derivados de la harina

de trigo afectando directamente a negocios que se dedican a la panificación, pastas y galletas por otra parte destacar que dicha crisis no solo afecta a la producción de alimentos, sino también tiene un impacto a la seguridad alimentaria y la nutrición, por lo tanto, dicha disminución y el aumento de los precios pueden afectar gravemente a la salud y el bienestar de las personas más vulnerables, (La Crisis del Trigo, 2023).

d) Actividades

En la ciudad de Hidalgo y en México en general son diversos los alimentos que se producen con harina de trigo, entre ellos se pueden mencionar:

- 1) **Pan con levadura:** este tipo de pan comienza cuando la levadura se activa en agua tibia con azúcar hasta espuma, luego se mezcla con harina y sal, agregando aceite y añadiendo nuevamente agua tibia para formar una masa hasta lograr cohesión y elasticidad.
- 2) **Gachas:** es una masa muy blanda elaborada a base de harina de trigo cocida con agua y sal, la cual se adereza con leche, miel y algunos otros aditivos.
- 3) **Pan con ácimo o sin levadura:** el pan ácimo o pan sin levadura se elabora mezclando harina de trigo con agua y formando la masa se le añade sal y se le da forma antes de someterla a temperatura alta.
- 4) **Galletas:** existe una amplia variedad de galletas elaboradas a base de harina trigo, entre ellas existen las galletas de limón, galletas integrales, galletas con y sin mantequilla, entre otras.
- 5) **Pastas alimenticias:** Al igual que las galletas, existe una amplia variedad de pasta producidas a base de harina trigo las cuales son de consumo doméstico, tales como: canelones, macarrones de trigo sarraceno, macarrones de trigo gratinados, pasta de trigo sarraceno y con ternera o albahaca, entre otras.

e) Productos de mayor consumo:

Actualmente en México como país, las harinas de mayor consumo que se encuentran en el mercado nacional es la harina floja o repostería, siendo un tipo de harina utilizada para postres tales como: bizcochos, galletas, magdalenas, entre otros productos de repostería, es importante mencionar que la masa que proviene de esta harina carece de resistencia, a su vez no se fermenta fácilmente, por ello necesita de polvos para hornear y poder leudar posteriormente, (TIA, 2024).

Como segundo tipo de harina de mayor uso en la Ciudad de Hidalgo se encuentra la harina pesada, la fuerza permite añadir muchos ingredientes pesados, tales como la manteca y mantequilla, siendo perfecta para la elaboración de hojalandros como croissants, (TIA, 2024).

f) Productos de menor consumo:

Entre las harinas de menor consumo en México por general, son las harinas integrales, las cuales se utilizan para la elaboración de bolillos, galletas, muffins entre otros productos horneados, su textura y sabor les dan un toque especial a las preparaciones, (TIA, 2024).

De igual forma, el otro tipo de harina de trigo que se determina como de menor consumo debido a que es de uso industrial, son los mixes de harina, especialmente diseñados para productos específicos, estas mezclas son ideales para producción masiva y semi masiva, las cuales facilitan la producción masiva, (TIA, 2024).

Comercial

Mercado a nivel sector y a nivel producto

a) Tamaño:

La producción mexicana de trigo abastece el 29.3% de las necesidades de molienda de la industria, la cual cuenta con 94 plantas industriales de capacidad aproximada de 10,735.9 rm: metropolitana 29,8%, Centro Occidente 24.6%, Sur-Sureste 18.0%, Noroeste 12.6%, Norte 15.0%, por otra parte, se puede decir que el destino de las harinas y sémolas provenientes del trigo se dirige a las siguientes áreas: panadería tradicional 55%, galletas 9.5%, pasta 12.5%, tortillas 7.5%, panadería industrial 13%, otros usos 2.5%, (CANIMOLT, 2024).

De igual manera, la producción de harinas y sémolas se distribuye en porcentajes en los siguientes tipos de harinas y sémolas: harinas blandas 19.50%, harinas fuertes 68.00%, sémolas 19.50%, actualmente la industria harinera mexicana cuenta con 94 plantas operando a nivel nacional, la distribución tiene origen en dos estrategias, los que se encuentran en producción de trigo y los que están en zona de consumo de productos derivados de harinas y sémolas, (CANIMOLT, 2024).

El ciclo de mayor representatividad de la harina de trigo en México, es el otoño - invierno, el cual aporta el 90% de la producción a nivel nacional, a diferencia de este ciclo en 2020 se plantaron 309,000 hectáreas sienta 13.2% mayor superior que en el ciclo otoño - invierno anterior para el año 2021 se logró una superficie sembrada de 239,000 hectáreas equivalente a una caída de 22.3%, en el otoño - invierno del 2021 se cosecharon 1.4 millones de toneladas, 12.5 menos al otoño - invierno del 2020, (CANIMOLT, 2024).

b) Tendencia:

Ante los diversos inconvenientes que se han suscitado ante el conflicto armado entre Ucrania y Rusia, a su vez las diversas restricciones que La India ha establecido para países consumidores de harina de trigo, han llevado a que México como país buscase alternativas externas en países tales como: Estados Unidos, Canadá, Francia, Argentina, Lituania y Brasil, en donde se ha registrado un índice de importación para estos países el cual supera los 10 millones de dólares en 2023, (CANIMOLT, 2024).

A continuación, se presenta con mayor detalle el porcentaje de importación de los países mencionados anteriormente (CANIMOLT, 2024):

- a) Canadá: 224,798.00
- b) Estados Unidos: 448,685
- c) Francia: 96,560
- d) Lituania: 57,750
- e) Brasil: 19,295

c) Clientes

Actualmente en la Ciudad de Hidalgo y en México como país entre las compañías que se encuentran operando como comercializadoras de harina de trigo y por consiguiente clientes directos de dichas importaciones se encuentran:

- 1) Gluten y Almidones Industriales S.A de C.V
- 2) Interquímica S.A de C.V
- 3) Abastecedora Industrial de Limpieza S.A de C.V
- 4) Conaro Quim S.A de C.V
- 5) Soluciones y Abastecimiento DASAN S.A de C.V

d) Consumidores

Entre los principales consumidores que existen en México se puede decir que son todas aquellas panaderías, cafeterías, que suelen hacer uso de la harina de trigo para la elaboración de diversos productos derivados de esta, tales como: galletas, pastas alimenticias, pan con levadura entre otros.

Entre las panaderías y cafeterías que adquieren harina de trigo por parte de comercializadoras industriales son las siguientes: La Vasconia, Madrid, La Ideal, Mazapanes Toledo, La Suiza, La Casita, Los Tulipanes, La Universal, (Béjar, 2021)

e) Precios

El rango de precio minorista para México con respecto a la harina de trigo está entre los \$0.40 y los \$0.47 por kilogramo, o a su vez entre los \$0.18 y \$0.21 por libra. El rango de precios minoristas en peso mexicano de harina de trigo oscila entre \$7.10 por kilogramo o de entre \$8.28 por libra a \$3.22 por libra. Con respecto a precios al por mayor en 2024, el precio aproximado para México de harina de trigo es de \$0.28 y \$0.33 por kilogramo o de entre \$0.13 y \$0.15 por libra, (Selina Wamucii, 2020).

f) Productos

Actualmente entre los tipos de harina de trigo que predominan en México como país, son los siguientes:

Los principales tipos de trigo que se cultivan en México, se dividen en cinco grandes grupos, fuerte (Grupo I), medio fuerte (Grupo II), suave (Grupo III), corto y tenaz (Grupo IV) y cristalino (Grupo V), dicha clasificación se establece en base a las propiedades del gluten del trigo, (De Información Agroalimentaria y Pesquera, 2023):

Tabla No.12:

Clasificación de harina de trigo por grupos que se comercializa en México como país

Harina de Trigo Fuerte Harina de Trigo Semi Fuerte	Grupo I	Trigos panificables: pan de caja, hecho a mano o semi- mecanizado y pasteles
Harina de Trigo Medio Fuerte	Grupo II	Trigos panificables: pan de caja, hecho a mano o semi- mecanizado y pasteles
Harina de Trigo Suave	Grupo III	Galletas, tortillas y buñuelos
Harina de Trigo Corto y Tenaz	Grupo IV	Galletas, tortillas y buñuelos
Harina de Trigo Cristalino	Grupo V	No panificable, meramente para industria, pastas para sopa y alimento animal.

Fuente: elaboración propia

Nota: en la tabla anterior, se pueden visualizar los tipos de harinas de trigo que la compañía Harinsa S.A de C.V comercializa en El Salvador y los que se encuentra

disponible a exportar a la Ciudad de Hidalgo, México, como primera región a posicionarse en dicho país, debido a que pretende abastecer a otros sectores, cabe mencionar que cada uno de los tipos de harina de trigo son para la elaboración de un específico tipo de alimentos, es por ello que en cada uno de estos tipos se ha destinado los alimentos que aplican a ser elaborados.

Análisis FODA

Figura No.10

Análisis FODA para la importación de harina de trigo a la Ciudad de Hidalgo, México



Fuente: elaboración propia

Nota: en la imagen anterior se han analizado y determinado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que México posee actualmente con respecto a la comercialización de harina de trigo, se identifican diversas áreas, con el fin de conocer

los elementos que están a favor y los aspectos en que se debe trabajar, en donde se destacan factores externos en los que deben proponerse soluciones con el fin de erradicar dichas amenazas.

Perfil país

México es uno de los países con mayor población a nivel mundial, dicha población es de aproximadamente 118 millones de habitantes, la lengua materna es el español, que convive junto con 67 lenguas indígenas, México es una república representativa y democrática, conformada por estados libres y soberanos, y el Distrito Federal, que es conocido como la Ciudad de México. El gobierno federal y los gobiernos estatales cuentan con sus Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, (Información General Sobre México, s. f.).

La República está integrada por 31 estados libres y soberanos, y el Distrito Federal, que es conocido como Ciudad de México. El gobierno federal y los gobiernos estatales cuentan con sus Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y el cargo se ejerce por seis años, sin posibilidad de reelección. El presidente tiene amplias facultades, entre las que destacan la de nombrar a los miembros de su gabinete, promulgar las leyes aprobadas por el Poder Legislativo y el ser comandante Supremo de las Fuerzas Armadas, (Información General Sobre México, s. f.).

El Poder Legislativo reside en el Congreso de la Unión, integrado por el Senado (compuesto por 3 senadores por cada estado y 32 que son asignados por representación proporcional y que permanecen en su cargo por seis años) y la Cámara de Diputados (compuesta por 300 diputados representantes de distintos electorales y 200 electos por representación proporcional, y cuyas elecciones se celebran cada tres años). Los senadores y diputados federales no pueden ser reelegidos para un segundo periodo consecutivo en la misma Cámara, (Información General Sobre México, s. f.).

México se puede considerar como una región superavitaria en una variedad de trigo denominada Durum o Cristalino, el cual se utiliza para la elaboración de pastas de sopa, espaguetis, en donde las condiciones climáticas, humedad y riego contribuyen al

cultivo del trigo como tal, siendo una de las principales ventajas que pueden tomarse a favor para toda aquella empresa que desee exportar harina de trigo a México, debido a que pueden producir su propio trigo y optimizar su producción, (CANIMOLT, 2024).

Políticos

Índice de corrupción

De acuerdo con el Índice de Corrupción IPC, realizado por la Transparencia Internacional de México pasó a ocupar de la posición 130 en el año 2019 a la 124 en el año 2020, entre los 180 países evaluados, ubicando al país a la par de naciones como Bolivia, Kenia, Kirguistán y Pakistán y por encima de países como Azerbaiyán, Gabón, Malawi, Mali y Rusia. México sigue siendo el país peor evaluado entre los integrantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) al posicionarlo en el lugar 37 de 37 países que lo integran, (WEB, 2021).

Sistema de gobierno

México es una República Federal que proclamó su Independencia de España, el 16 de septiembre de 1810. El Supremo Poder de la Federación se divide, para su ejercicio, en los Poderes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial.

El Poder Ejecutivo gobierna de conformidad con lo establecido por la legislación. Su titular, presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, es elegido mediante elecciones directas cada seis años sin posibilidad de reelección. Para la ejecución de sus labores el presidente tiene la facultad legal para nombrar a sus colaboradores, que son los secretarios de Estado y el Procurador General de la República. La administración pública federal se encuentra a cargo de las Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos. Existen 299 entidades de la Administración Pública Federal y empresas productivas del estado, (Gobierno y Estructura, 2021).

Económicos

Facilidades para abrir un negocio

De acuerdo a los datos del en su reporte de “Doing Business 2019”, México se encuentra en el puesto número 94 de la clasificación de países que tienen una mayor facilidad para abrir un negocio. Entre los aspectos que se evalúan, están los permisos, licencias e inscripciones que en conjunto permiten que dicho negocio sea formal y aporte al crecimiento de la economía del país,

El sitio oficial del Gobierno de México establece los siguientes requisitos para la apertura de una empresa en dicho país:

- **Recibir autorización de la Secretaría de Economía para el uso de nombre:** para dicho proceso la Secretaría comprobará que no exista otro negocio con el mismo nombre, (BBVA MÉXICO & BBVA, 2024).
- **Elaborar el acta constitutiva de la empresa con ayuda de un notario público:** este documento establece aspectos legales, generales y particulares de la empresa, tales como: objeto social, capital social y normas de funcionamiento, las cuales deben ser firmadas por todos los socios, (BBVA MÉXICO & BBVA, 2024).
- **Ejecutar el aviso de uso de denominación:** el funcionario que haya llevado a cabo la constitución de la sociedad da a conocer a la Secretaría de Economía la información de las personas que se han asociado para crear la nueva empresa y el nombre que usarán para que otras personas se abstengan de hacer uso de este, (BBVA MÉXICO & BBVA, 2024).
- **Inscribirse en el Registro Público de Comercio:** esta institución a cargo de la Secretaría de Economía se encarga de vigilar y proteger a las empresas. Es necesario pagar derechos de inscripción y el precio varía dependiendo de cada estado.
- **Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes:** este trámite se realiza ante el Servicio de Administración Tributaria e identifica a la empresa como persona moral.

PIB per cápita

El PIB per cápita es un muy buen indicador

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de México, en 2023, fue de 13.070 € euros, con el que se sitúa en el puesto 66 del ranking y sus habitantes tienen un bajo nivel de vida en relación al resto de los 196 países del ranking de PIB per cápita. A ello se le une el hecho de que el salario medio de los mexicanos es uno de los más bajos del mundo, (IPC de México 2024, 2024)

Inflación

La tasa de variación anual del Índice de Precios del Consumidor en México (IPC) en julio de 2024 ha sido del 5,6%, 6 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC ha sido del 1.1% de forma que la inflación acumulada en 2024 es del 2.7%, cabe destacar la subida del 1,9% de los precios de alimentos y bebidas no alcohólicas, hasta situarse en una tasa anual de 7,3%, la cual contrasta con el descenso de los precios de vestido y calzado del -0,1% y una variación interanual del 2,5%, (IPC de México 2024, 2024).

Tasas de prestamos

De acuerdo con la información del Banco de México (Banxico) publicada en su micro sitio de análisis de indicadores de crédito, se puede decir que del 30 de junio al 31 de octubre del 2023 (último dato registrado) , la tasa de intereses promedio en créditos personales pasó de 45.11% a 45.76% es decir, 0.65 puntos porcentuales mayor al original, sin embargo, en los últimos meses este indicador en créditos personales ha venido a la baja, pues en febrero del 2023 cuando registró el nivel de tasa de mayor nivel de los últimos años con un 47.87%, (IPC de México 2024, 2024)

Impuestos

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) informa que, en el primer semestre de 2024, la recaudación tributaria alcanzó los 2 billones es decir 536 mil 306 millones de pesos, lo que representa un incremento de 251 mil 220 millones de pesos en comparación con el mismo periodo de 2023, es decir un crecimiento real del 6.1%. Con esta cifra se superó lo presupuestado en la Ley de Ingresos de la Federación (LIF) para los primeros seis meses del año, al recaudar 100.1%, (De Administración Tributaria, 2024).

Ingresos, gasto y ahorro del hogar

Con el Impuesto al Valor Agregado (IVA) se obtuvieron 670 mil 865 millones de pesos, es decir 61 mil 345 millones de pesos, mientras que de impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS) se registró una recaudación de 314 mil 078 millones de pesos, lo que representa 122 mil 298 millones de pesos, siendo en términos nominales respecto al mismo periodo de 2023, dichos resultados han sido generados debido a la implementación del Plan Maestro de Fiscalización y Recaudación, la cual ha permitido piso parejo en el cobro de impuestos sin necesidad de crear nuevos impuestos o aumentar los existentes, (De Administración Tributaria, 2024)

9.2.3 Sociales

Nivel de educación

El Sistema Educativo Nacional está compuesto por los tipos: Básico, Medio, Superior, en las modalidades escolar, no escolarizada y mixta. La educación de tipo básico está compuesta por niveles preescolar, primaria y secundaria. La educación media comprende el nivel de bachillerato, de igual forma los demás niveles equivalentes a este, por otro lado, la educación profesional no requiere bachillerato o sus equivalentes, (México, 2015).

El nivel educativo superior se imparte después de bachillerato o de sus equivalentes, se compone por licenciatura, especialidad, maestría y doctorado, así como también, especializaciones previas a las carreras anteriores como los estudios de técnico superior universitario, el cual comprende la educación normal en todos sus niveles y especialidades, (México, 2015).

Ambientales

Leyes ambientales aplicadas a la harina de trigo

La Norma Oficial Mexicana (NOM) 247-SSA1-2008 establece las especificaciones sanitarias y nutrimentales que deben cumplir los cereales y sus productos, así como también los alimentos a base de ellos, (Nina, 2018).

Esta norma se aplica a, (Nina, 2018):

- El transporte y almacenamiento de cereales para consumo humano.
- El proceso de harinas y cereales.
- Sémolas o semolinas
- Alimentos preparados a base de cereales.
- Semillas comestibles, de harinas, de sémolas o semolinas o sus mezclas.

Productos de panificación:

La NOM 247-SSA1-2008 establece, por ejemplo, los nutrimentos que se deben agregar y restituir en las harinas de trigo y maíz nixtamalizado. De igual forma esta norma es de observancia obligatoria para las personas físicas o morales que se dedican al proceso o importación de productos que regula, (Nina, 2018).

Niveles de contaminación

Según (Norma CODEX STAN PARA HARINA DE TRIGO, 152-1985) los contaminantes de harina de trigo son los siguientes:

- Metales pesados: La harina de trigo deberá estar exenta de metales pesados en cantidades que puedan representar un peligro para la salud humana.

- Residuos de plaguicidas: La harina de trigo se deberá ajustar a los límites máximos para residuos establecidos por la Comisión del CODEX Alimentarius para este producto.
- Micotoxinas: La harina de trigo deberá ajustarse a los límites máximos para micotoxinas establecidos por la Comisión del CODEX Alimentarius para este producto.

Clima

Con el avance de la tecnología en el sector agrícola, la búsqueda de variedades de cultivos, los cuales pueden crecer de manera eficaz en la mayoría de climas ha contribuido a que sea más accesible y presente en la jornada de todos los agricultores. De esta forma la siembra de variedades y cultivos se ha democratizado, debido a que con la ayuda de herramientas e innovaciones como la agricultura 4.0 es posible conseguir las condiciones de cultivo deseables en diferentes lugares y climas, en el caso del cultivo de trigo, lo ideal es plantarlo en temperaturas más suaves, es decir entre 15° y 23°. Pese a que el trigo suele tener una cierta tolerancia al calor, la temperatura ideal para su cultivo debe ser entre los rangos anteriormente mencionados. Además, la humedad del ambiente tiene un alto impacto en este desarrollo, siendo la precipitación pluvial idónea entre 750 y 900 mm. En México, el clima tropical predomina en varias regiones, lo cual es responsable de diversas temperaturas, más cálidas las cuales no son tan adecuadas para la producción de trigo, (De Agricultura y Desarrollo Rural, 2022)

Legales

Leyes laborales

Ley Federal de Trabajo LFT: es la principal ley que regula las relaciones laborales en México. Esta ley establece los derechos y deberes que los trabajadores y empleadores deben llevar a cabo, el cual se aplica en el ámbito privado y en el sector público, (Gobierno de México, s.f):

Jornada laboral	Condiciones de trabajo
Días de Descanso	Presentaciones sociales
Vacaciones	Seguridad en el trabajador
Salario	Terminación de contratos laborales
Aguinaldo	

Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado

Es de observancia general para los empleadores y trabajadores de las dependencias de los Poderes de la Unión, del Gobierno del Distrito Federal, de las Instituciones que a continuación se enumerarán: Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, Juntas Federales de Mejoras Materiales, Instituto Nacional de la Vivienda, Lotería Nacional, Instituto Nacional de Protección a la Infancia, Instituto Nacional Indigenista, Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, Comisión Nacional de Valores, Comisión de Tarifas de Electricidad y Gas, Centro Materno – Infantil Maximino Ávila Camacho y Hospital Infantil, así como de los otros organismos descentralizados, similares a los anteriores los cuales tengan a su cargo función de servicios públicos, (Gobierno de México, s.f)

Ley del Seguro Social

Establece el derecho que los trabajadores tienen al recibir atención médica, protección contra riesgos de trabajo, pensiones, seguro de invalidez o incapacidad y vida, entre otros beneficios, (Gobierno de México, s.f).

En 2024, el costo del Seguro Social será de aproximadamente el 26.5% del Salario Base de Cotización (SBC). El patrón pagará el 16.4% y el empleado el 3.1%, (Gobierno de México, s.f):

- **Seguro de enfermedades y maternidad:** El patrón pagará el 8.20% y el empleado el 3.00% sobre el salario diario base de cotización

- **Seguro de Invalidez y Vida:** El patrón pagará el 1.75% y el empleado el 0.625% sobre el SBC.

Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (LISSSTE): establece un régimen de seguridad social para los trabajadores al servicio del Estado, pensionados, jubilados y sus familiares derechohabientes. La LISSSTE establece que el LISSSTE es una entidad paraestatal que administra los seguros, prestaciones y servicios que otorga a sus derechohabientes. El objetivo de la LISSSTE es proteger la salud y el bienestar económico de los trabajadores del Estado, (Gobierno de México, s.f).

Leyes sobre el producto

En México, las leyes que regulan la harina de trigo son, (Gobierno de México, s.f):

- **NOM-147-SSA1-1996:** Establece las especificaciones sanitarias y nutrimentales que deben cumplir las harinas de cereales, los alimentos preparados a base de cereales, y los productos de panificación.
- **NOM-247-SSA1-2008:** Establece los nutrimentos que se deben adicionar y restituir en las harinas de trigo, exceptuando las utilizadas para frituras, como texturizantes o espesantes y base para harinas preparadas.
- **Norma del Codex para la harina de trigo:** Establece que la harina de trigo debe envasarse en recipientes que salvaguarden sus cualidades higiénicas, nutritivas, tecnológicas y organolépticas.

Permisos y otros requisitos

Para comercializar harina de trigo en México, es necesario contar con un Permiso Sanitario Previo de Importación (PSPI). Este permiso se puede tramitar en línea o de manera presencial en la Ciudad de México, (Gobierno de México, s.f)

Para realizar el trámite en línea, se necesita una firma electrónica y utilizar Internet Explorer 10 o superior. Para la modalidad presencial, se requiere una cita previa que se puede obtener por internet o llamando al 01 800 033 5050. Para otorgar el PSPI, la COFEPRIS revisa los ingredientes y el etiquetado del producto, (Gobierno de México, s.f).

Para importar productos alimenticios a México, también se deben cumplir con los siguientes requisitos, (Gobierno de México, s.f):

- Estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes
- Estar al corriente de la situación fiscal
- Contar con firma electrónica avanzada
- Contratar una empresa con experiencia en servicios aduanales
- Pagar las contribuciones y aprovechamientos aplicables

9.2.5.4 Sanciones de tránsito

Las sanciones por infracciones de tránsito en México pueden ser económicas, de suspensión de la licencia o de detención del vehículo, (Gobierno de México, s.f):

- **Multas:** el monto depende de la infracción, debido a que, en la Ciudad de México, una multa por exceso de velocidad puede ser de \$1,085 a \$2,171 pesos.
- **Suspensión de la licencia:** el acumular 12 puntos de penalización en la licencia de conducir, esta es cancelada y solo puede ser tramitada la reexpedición después de tres años.
- **Detención del vehículo:** si existen sanciones económicas impagadas registradas en un periodo mayor a 30 días de anterioridad, el propietario es sujeto a retención de su vehículo.

Compras públicas

Son el mecanismo por medio del cual las entidades públicas adquieren bienes o servicios para cumplir sus objetivos. El sistema de compras públicas se encuentra conformado por políticas, normas, procedimientos y actores los cuales permiten definir los requerimientos y programar la compra, (Gobierno de México, s.f).

En México, las compras pueden ser de carácter nacional, internacional o internacional abierto, (Gobierno de México, s.f):

- **Nacional:** solo pueden participar mexicanos, donde los bienes pueden ser producidos en el país.
- **Internacional:** pueden participar licitantes mexicanos y extranjeros de países con los que México tenga un tratado de libre comercio.
- **Internacional abierto:** pueden participar licitantes mexicanos y extranjeros, sin importar el origen de los bienes o servicios.

Tratados de libre comercio

Actualmente México cuenta con una diversidad de tratados internacionales de libre comercio, con el fin de llevar a cabo el libre flujo de mercancías en entre las partes involucradas, donde existen cláusulas que contribuyen a que dicho flujo sea sin aranceles de por medio:

- El **TLC México -Centroamérica:** firmado el 22 de noviembre de 2011, el cual entro en vigor para México el 1 de septiembre de 2012. Este tratado homologa los TLC individuales que México había firmado previamente con cada país de Centroamérica.
- El **TLC México y Panamá:** firmado en 2014, el cual entro en vigor en 2015.
- El **TLC México y Costa Rica:** el cual ha entrado en vigencia desde el 1 de enero de 1995.
- El **TLC México y Nicaragua:** el cual ha entrado en vigencia desde el 1 de julio de 1998.
- El **TLC México y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras,** el cual ha entrado en vigencia desde el 15 de marzo de 2001.
- El **Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá,** el cual entro en vigencia el 10 de diciembre de 2019.

Plan de exportación

3.3 Plan de Negocios para la Comercialización de Harina de Trigo hacia México.

Plan de Negocios

- Inversión inicial en maquinaria y equipo para distribuir harina de trigo de alta calidad.
- Contratación de personal capacitado y experiencia en la industria harinera.
- Establecimiento de alianzas con proveedores locales y establecimiento de un sistema de logística y distribución eficiente.
- Inicio de operaciones en una empresa harinera, Con posibilidad de expansión en el futuro.
- Foco en la calidad y la satisfacción del cliente para establecer una base sólida en el mercado mexicano.

9.3.2 : Misión y visión

Visión: Desarrollo empresarial para comercialización de harina de trigo, con estándares altos de calidad. Enfocados en la satisfacción de las necesidades del mercado regional mexicano.

Misión: Fortalecer lazos en la participación empresarial y fomentar la inversión directa con desarrollo en la economía local e internacional.

9.3.3 Objetivos:

- Establecer el producto de harina de trigo en México con 5,000 toneladas durante el primer año.
- Comercialización del producto harina de trigo morcajo especialmente para la industria panadera.
- Desarrollar una estrategia de mercado visualizando la demanda del mercado meta
- Establecer relaciones con proveedores de granos de trigo de alta calidad y establecer acuerdos de compra a largo plazo.
- Implementar un sistema de control de calidad riguroso para garantizar la pureza y la consistencia de los productos.

9.3.4 Análisis de Mercado:

El Salvador se ha convertido en el exportador número 48 de harina de trigo al mundo Ubicando a México uno de los principales destinos para exportar harina de trigo, además del triángulo norte y Estados Unidos. La demanda se puede aprovechar aumentando las exportaciones, es fundamental investigar y dar una interpretación mejor del mercado mexicano, contando con alta calidad, entender las reglas de su comercio y la competencia y con ello llegar a los números óptimos de exportación, (Harina de Trigo o Morcajo En el Salvador | Observatorio de Complejidad Económica, 2022).

Se debe mantener contactos con los compradores y distribuidores en México para entender de primera mano las necesidades a cubrir y así estrechar lazos comerciales. El análisis de costos y beneficios para exportar harina de trigo desde El Salvador es fundamental, contando con los costos de transporte, si se exportará definitiva o en bodega fiscal y con todo ello la documentación necesaria, (Harina de Trigo o Morcajo En el Salvador | Observatorio de Complejidad Económica, 2022)

- El mercado global de harina de trigo espera llegar hasta 423,8 MMT en 2026, con un crecimiento anual compuesto del 4.8% en Latinoamérica entre 2024-2032, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.)
- México es un mercado importante para la harina de trigo, con entidades federativas como Ciudad de México, Estado de México, Yucatán, Querétaro y Baja California liderando las ventas internacionales en 2023, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.)
- La demanda de harina de trigo en el mercado nacional y regional es alta y creciente, impulsada por la expansión de la industria alimentaria y panadera, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.)
- La competencia en el mercado es moderada, con algunas empresas establecidas y otras nuevas entrando en el mercado, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.)
- La tendencia actual es hacia la producción de harina de trigo especializada y de alta calidad, lo que permite que Harinsa S.A de C.V sea diferente y ofrecer productos de valor agregado, (Mercado de Harina, Crecimiento, Informe 2024-2032 | Tamaño, Estudio, s. f.)

Precios en el exterior

El precio es variado dependiendo el país y variedad, el rango se encuentra entre \$350.00 a \$450.00 por cada tonelada según el BCR. México siendo un destino prioritario para las exportaciones cuenta con una demanda estable de harina de trigo y con el sector alimentario en aumento, contando con el sector de las panaderías en auge y con alta demanda.

Vías de transporte

En análisis de transporte para exportar harina de trigo a México existen las opciones terrestres y vía aérea, En el presente trabajo se optaría por carretera ya que se proyecta volumen de exportación y siendo así, se distribuye mejor la carga, adicional vía aérea el espacio disminuye y los costos suben considerablemente. Se implementaría salir de aduana La Hachadura con destino de ingreso por Ciudad Hidalgo en México. Cumpliendo con las regulaciones y normas de comercio internacional, se obtendrán los permisos y certificaciones para legalidad en cumplimiento con la seguridad de exportación, Dentro de los documentos a generarse están la carta de porte, manifiesto de carga, certificados de origen, permisos, entre otros.

Política de adaptación

La política de adaptación para exportar harina de trigo a México en 2023 se basa en la situación actual de la industria y las tendencias globales. A continuación, se presentan algunos puntos clave:

Política del producto

La calidad y variedad de la harina de trigo exportada a México es fundamental. De acuerdo con los resultados de la investigación, México es un importante productor y consumidor de trigo, con una producción anual de casi 3.7 millones de toneladas y una variedad de trigo cristalino para hacer pan. Es importante que los exportadores de harina de trigo a México cumplan con los estándares de calidad e inocuidad alimentaria establecidos por el país.

Política de plaza

Se refiere a la distribución y comercialización de harina de trigo en México. La existencia de monopolios y grandes propiedades en la industria harinera de trigo en Argentina, como se menciona en uno de los hallazgos de la investigación, puede ser un obstáculo para la competencia y la transparencia en la comercialización. En México es

importante garantizar la competencia y la equidad en la distribución y venta de harina de trigo, en beneficio de productores y consumidores.

Política de precio

El precio de la harina de trigo en México está influenciado por factores como la producción nacional, la demanda y la competencia en el mercado. Según un hallazgo de investigación, el precio de la harina de trigo aumenta cada año, con varios argumentos que lo justifican. En México, es importante establecer un precio justo y competitivo para la harina de trigo, que refleje la oferta y la demanda del mercado.

Política de promoción

Según Market Data México, en 2023 los estados con mayor número de ventas internacionales de harina de trigo fueron la Ciudad de México, Estado de México, Yucatán, Querétaro y Baja California. Esto sugiere que es necesario centrarse en ampliar los mercados en estas regiones y mejorar la competitividad en términos de precio y calidad, (Normatividad Para Cupos de Exportación, de Harina de Trigo, Grañones y Sémola de Trigo; Aceites de S | Ventanilla Única de Comercio Exterior, 2023)

En resumen, la política de adaptación para exportar harina de trigo a México en 2023 se centra en inversiones en infraestructura, certificación y regulación, acceso a crédito y financiamiento, capacitación y asistencia técnica, análisis de mercados y diversificación de mercados. La política de adaptación también tiene como objetivo diversificar los mercados de exportación, incluyendo la exploración de oportunidades en América Latina, Centroamérica y el Caribe y en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), (Normatividad Para Cupos de Exportación, de Harina de Trigo, Grañones y Sémola de Trigo; Aceites de S | Ventanilla Única de Comercio Exterior, 2023).

Estrategia de Internacionalización

- Identificar el mercado objetivo en México, que puede incluir panaderías, hoteles, restaurantes y hogares.

- Determinar qué tipo de harinas de trigo son las más consumidas y cuál es la demanda en la zona objetivo.
- Establecer alianzas con proveedores locales y establecer un sistema de logística y distribución eficiente.

Ventajas Competitivas

- La industria salvadoreña de harina ha apostado por la internacionalización, para lo que proporciona oportunidades para establecer relaciones comerciales y compartir conocimientos y tecnologías.
- La competencia en el mercado mexicano de harina de trigo es moderada, lo que permite a un nuevo jugador establecerse y crecer.

Plan Financiero:

- Inversión inicial: \$500,000 (maquinaria, equipo y otros gastos iniciales).
- Costo de producción: \$200 por tonelada de harina.
- Precio de venta: \$300 por tonelada de harina.
- Proyecciones de ventas: 10,000 toneladas anuales, con un crecimiento del 10% anual durante los primeros tres años.
- Flujo de caja: \$1,500,000 en el primer año, \$2,100,000 en el segundo año y \$2,700,000 en el tercer año según proyección.

Flujo de efectivo para plan de negocios:

[Flujo de efectivo para plan de negocios - Harina de Trigo](#)

Estructura Organizativa:

- Gerente General: responsable de la estrategia y la toma de decisiones.
- Gerente de operaciones: responsable de la logística y operatividad.
- Gerente de Ventas: responsable de la comercialización y la venta de los productos.

- Equipo de comercialización: 10 empleados capacitados para la comercialización en el exterior.

Plan de Marketing:

- Desarrollar un sitio web y redes sociales para promocionar los productos y establecer una presencia en línea. Para dicho proceso se utilizará el CRM ZOHO ONE.
- Participar en ferias y eventos industriales para conectarnos con clientes y proveedores en las tiendas de México.
- Ofrecer muestras y degustaciones de los productos a panaderías y bakers para generar interés y fidelidad.
- Desarrollar una estrategia de publicidad en línea y en papel para llegar a un público más amplio.

Plan de Operaciones:

- Ya que no se producirá en El Salvador, se establecerán acuerdos de compra a largo plazo con proveedores de granos de trigo de alta calidad.
- Se implementará un sistema de control de calidad riguroso para garantizar la pureza y la consistencia de los productos.
- Se establecerán procedimientos de seguridad e implementarán estrategias para la comercialización en México.

La exportación de harina de trigo a México requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y la presentación de documentos específicos. A continuación, se muestran las plantillas de documentación necesarias:

- Certificado de Origen: Emitido por el país de origen, certifica el origen de la harina de trigo.
- Declaración de Conformidad: Documento emitido por el fabricante o exportador, que garantiza la conformidad de la harina de trigo con los estándares de calidad e inocuidad establecidos en México.

- Ficha técnica: contiene información detallada sobre la harina de trigo, como composición química, contenido de humedad, tamaño de grano, entre otros.
- Certificado de Análisis Químico: Resultado de un análisis químico realizado por un laboratorio acreditado, que verifica la composición química de la harina de trigo.
- Certificado de inspección física: documento emitido por un inspector acreditado, que verifica las condiciones físicas de la harina de trigo, incluyendo la ausencia de impurezas y defectos.
- Comprobante de pago: documento que acredita el pago de los derechos e impuestos aduaneros correspondientes.
- Declaración de importación: documento emitido por el importador en México, en el que declara la cantidad y valor de la harina de trigo importada.
- Carta de porte y Manifiesto de carga, documentos que garantizan la propiedad de la carga, necesarios para poder tramitar DUCA T y transitar vía terrestre.
- Lista de empaque: Documento representando la carga en relación a los bultos y sus medidas en kg.

Cabe destacar que es importante consultar con la autoridad aduanera mexicana y la empresa de logística responsable de la exportación, los requisitos y documentos específicos necesarios para exportar harina de trigo a México en 2024

El envío de documentos incompletos o incorrectos puede causar retrasos o problemas en la importación. Es importante como exportadores consultar con expertos en comercio internacional y aduanas para asegurarse de que cumplen con todos los requisitos y regulaciones aplicables.

Cabe destacar que es importante consultar con la autoridad aduanera mexicana y la empresa de logística responsable de la exportación, los requisitos y documentos específicos necesarios para exportar harina de trigo a México en 2024, (ANAM, s.f).

El envío de documentos incompletos o incorrectos puede causar retrasos o problemas en la importación. Es importante como exportadores consultar con expertos

en comercio internacional y aduanas para asegurarse de que cumplen con todos los requisitos y regulaciones aplicables, (Omar, 2022)

Logística

Para exportar harina de trigo a México en 2024, es importante considerar las tendencias logísticas, la expansión de zonas industriales y el comercio internacional. Sin embargo, también es fundamental abordar los desafíos relacionados con la estructura y estandarización del trabajo para garantizar un servicio logístico eficiente y seguro.

Recomendaciones de embalaje

- **Embalaje:** Utilizar recipientes herméticos resistentes al viento y la humedad para proteger la harina durante el transporte. Los envases de polietileno o papel Kraft son opciones viables.
- **Tamaño del contenedor:** Considere contenedores de 25 kg o 50 kg para facilitar su manejo y almacenamiento en México. En el caso de transporte vía terrestre se ha cotizado furgón de 53 pies cúbicos.
- **Etiquetado:** Asegurar que el etiquetado cumpla con los requisitos de la Norma Oficial Mexicana (NOM) y contenga información como el nombre del producto, ingredientes, instrucciones de uso y datos de la empresa exportadora.
- **Certificaciones:** Obtener certificaciones como “Certificación de Seguridad Alimentaria” (CSA) y “Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura” (CBPM) para demostrar la calidad e inocuidad de la harina.
- **Documentación:** Elaborar documentación adicional como la “Declaración de Origen” y la “Certificación de Análisis Químico” para cumplir con los requisitos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SAGARPA) en México.
- **Transporte:** seleccione un transportista experimentado que pueda manejar envíos de harina en diversas condiciones climáticas.

- Aduana: asegúrese de cumplir con los requisitos de la aduana mexicana, incluida la presentación de documentos como la “Declaración de Importación” y el “Permiso de Importación”.

Finanzas

Cuando se considera la exportación a un país destino se debe tomar en cuenta los costos e ingresos con el afán de determinar la viabilidad del producto que se exportará. Verificando las regulaciones y cuanto requisito sea necesitaría para la exportación.

La tasa de cambio se debe considerar para que el posible impacto de costo por importación, sea el menos posible en el proceso. Realizar un análisis detallado de los costos e ingresos para determinar la viabilidad de la exportación.

Recursos necesarios, verificando las regulaciones y requisitos mexicanos para importaciones y certificaciones, considerando la tasa de cambio y su posible impacto en el costo de la exportación.

Pronósticos de ventas, se deben establecer relaciones con compradores y distribuidores mexicanos para garantizar la venta y distribución de la harina de trigo. Monitorear los cambios en la demanda y el mercado para adaptarse a las nuevas condiciones. La demanda de México en cuanto a la harina de trigo es estable y se prevé que siga creciendo.

Recursos necesarios

Al momento de exportar harina de trigo a México se requieren recursos significativos, para cubrir transporte, seguros y otros gastos relacionados a la logística. La industria de harina en México es bastante estable y con ingresos anuales significativos, Los cuales pueden servir para financiar la exportación al país destino.

Formas de cobro

Considerando que México tiene acuerdos comerciales con sus países vecinos, en relación a las formas de cobro y procesos de exportación de harina de trigo, se debe presentar una solicitud en la VUCEM cumpliendo con los plazos y procesos establecidos en la normativa.

Búsqueda de clientes

Los exportadores y proveedores de harina de trigo en Estados Unidos: se puede contactar con ellos a través de plataformas como Tridge, que proporciona información Premium de proveedores y datos de exportación, (TRIDGE, s. f.)

Organismos de Comercio Exterior en México (Comercio y Aduanas): Regular el comercio exterior en México, brindando capacitación y orientación a importadores y exportadores. Ofrecen acceso a crédito a través del Banco de México y oficinas especializadas en comercio exterior en los estados. Instituciones públicas y privadas exportarán harina de trigo a México, (TRIDGE, s. f.).

CONCLUSIÓN:

El posicionamiento del mercado mexicano dinamiza un proceso que conlleva adaptación e innovación empresarial. Crea mayor competitividad en un mundo de mercado digital a cambios económicos y comerciales a nivel mundial. Este plan de negocios tiene como objetivo establecer una empresa líder en la producción y comercialización de harina de trigo de alta calidad, con una inversión inicial de \$500,000, se está proyectando un crecimiento sostenido y una rentabilidad significativa en los primeros tres años. El enfoque de investigación se centra en la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente permitirá que Harinsa S.A de C.V sea diferente en el mercado y se establece como una empresa líder en la Industria.

- Se establecerán procedimientos de seguridad e implementarán estrategias para la comercialización en México.

La exportación de harina de trigo a México requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y la presentación de documentos específicos. A continuación, se muestran las plantillas de documentación necesarias:

- Certificado de Origen: Emitido por el país de origen, certifica el origen de la harina de trigo.
- Declaración de Conformidad: Documento emitido por el fabricante o exportador, que garantiza la conformidad de la harina de trigo con los estándares de calidad e inocuidad establecidos en México.
- Ficha técnica: contiene información detallada sobre la harina de trigo, como composición química, contenido de humedad, tamaño de grano, entre otros.
- Certificado de Análisis Químico: Resultado de un análisis químico realizado por un laboratorio acreditado, que verifica la composición química de la harina de trigo.
- Certificado de inspección física: documento emitido por un inspector acreditado, que verifica las condiciones físicas de la harina de trigo, incluyendo la ausencia de impurezas y defectos.
- Comprobante de pago: documento que acredita el pago de los derechos e impuestos aduaneros correspondientes.
- Declaración de importación: documento emitido por el importador en México, en el que declara la cantidad y valor de la harina de trigo importada.
- Carta de porte y Manifiesto de carga, documentos que garantizan la propiedad de la carga, necesarios para poder tramitar DUCA T y transitar vía terrestre.
- Lista de empaque: Documento representando la carga en relación a los bultos y sus medidas en kg.

Cabe destacar que es importante consultar con la autoridad aduanera mexicana y la empresa de logística responsable de la exportación, los requisitos y documentos específicos necesarios para exportar harina de trigo a México en 2024. El envío de

documentos incompletos o incorrectos puede causar retrasos o problemas en la importación. Es importante como exportadores consultar con expertos en comercio internacional y aduanas para asegurarse de que cumplen con todos los requisitos y regulaciones aplicables. Cabe destacar que es importante consultar con la autoridad aduanera mexicana y la empresa de logística responsable de la exportación, los requisitos y documentos específicos necesarios para exportar harina de trigo a México en 2024, (ANAM, s.f).

El envío de documentos incompletos o incorrectos puede causar retrasos o problemas en la importación. Es importante como exportadores consultar con expertos en comercio internacional y aduanas para asegurarse de que cumplen con todos los requisitos y regulaciones aplicables, (Omar, 2022)

Logística

Para exportar harina de trigo a México en 2024, es importante considerar las tendencias logísticas, la expansión de zonas industriales y el comercio internacional, sin embargo, también es fundamental abordar los desafíos relacionados con la estructura y estandarización del trabajo para garantizar un servicio logístico eficiente y seguro.

Búsqueda de clientes

Los exportadores y proveedores de harina de trigo en Estados Unidos: se puede contactar con ellos a través de plataformas como Tridge, que proporciona información premium de proveedores y datos de exportación, (TRIDGE, s. f.)

Organismos de Comercio Exterior en México (Comercio y Aduanas):

Regular el comercio exterior en México, brindando capacitación y orientación a importadores y exportadores. Ofrecen acceso a crédito a través del Banco de México y oficinas especializadas en comercio exterior en los estados. Instituciones públicas y privadas exportarán harina de trigo a México, (TRIDGE, s. f.).

Políticas de Adaptación al Mercado Internacional para Harinsa S.A. de C.V.

- **Políticas de adaptación al mercado internacional:** Desarrollar políticas de adaptación al mercado internacional es crucial para el éxito de cualquier empresa que busca expandirse globalmente.

Políticas de Adaptación al Mercado Internacional para Harinsa S.A. de C.V

Investigación de Mercado

- **Análisis de Mercado:** Se realizarán estudios de mercado exhaustivos en México para entender las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores.
- **Evaluación de la Competencia:** Estudio de los competidores locales y sus estrategias para identificar oportunidades y amenazas.

Adaptación de Productos y Servicios:

- **Personalización de Productos:** Las características de la harina de trigo se debe tomar en cuenta para satisfacer las demandas locales, incluyendo modificaciones en el empaque, tamaño y calidad.
- **Cumplimiento Normativo:** Asegurarse de que los productos cumplan con las regulaciones y estándares locales de calidad y seguridad.

Estrategias de Precios

- **Análisis de Precios:** Se establecerán precios competitivos basados en el poder adquisitivo del mercado local y los precios de los competidores.
- **Estrategias de Descuentos y Promociones:** Implementación de estrategias de descuentos y promociones que atraigan a los consumidores locales.

Marketing y Publicidad

- **Campañas Localizadas:** Desarrollo de campañas en marketing que resuenen con la cultura y valores locales.
- **Uso de Medios Locales:** Canales de comunicación y medios de publicidad populares en el mercado objetivo.

Distribución y Logística

- **Red de Distribución:** Se establece una red de distribución eficiente que garantice la disponibilidad del producto en el mercado local.
- **Alianzas Locales:** Formar alianzas con distribuidores y minoristas locales para facilitar la entrada y expansión en el mercado. Se contará con la Distribuidora EL TAPATIO con quien se realizará la importación definitiva con el uso 23 en México.

Servicio al Cliente

- **Atención al Cliente Local:** Ofrecer servicios de atención al cliente en español y adaptados a las expectativas de los consumidores.
- **Capacitación del Personal:** Capacitar al personal local para asegurar un servicio al cliente de alta calidad.

Cumplimiento Legal y Fiscal

- **Regulaciones Locales:** Cumplir con todas las leyes y regulaciones locales, incluyendo aspectos laborales, fiscales y comerciales.
- **Protección de Propiedad Intelectual:** Asegurar la protección de marcas, patentes y otros derechos de propiedad intelectual en el mercado objetivo. Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
- **Iniciativas Locales:** Implementar programas de RSC que beneficien a la comunidad local y mejoren la imagen de la empresa.

- **Sostenibilidad:** Adoptar prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental y promuevan el desarrollo sostenible.

Implementación y Monitoreo

- **Plan de Acción:** Desarrollar un plan de acción detallado para la implementación de las políticas de adaptación.
- **Monitoreo y Evaluación:** Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación para medir el desempeño y realizar ajustes según sea necesario.

Estrategia de Internacionalización

- Identificar el mercado objetivo en México, que puede incluir panaderías, hoteles, restaurantes y hogares.
- Determinar qué tipo de harinas de trigo son las más consumidas y cuál es la demanda en la zona objetivo.
- Establecer alianzas con proveedores locales y establecer un sistema de logística y distribución eficiente.

Ventajas Competitivas

La industria salvadoreña de harina ha apostado por la internacionalización, para lo que proporciona oportunidades para establecer relaciones comerciales y compartir conocimientos y tecnologías. La competencia en el mercado mexicano de harina de trigo es moderada, lo que permite a un nuevo jugador establecerse y crecer.

Política de producto

Tabla No.14

Diagrama de empaque y embalaje

Las presentaciones de los sacos del papel kraft que se enviarán a México tienen una medida de ancho (450mm), alto (600mm), con un peso de 160 g/m²

Producto	Cantidad (Unidades de producto)	Materiales del empaque	Peso	Medidas	Atracciones posible en productos	Temperatura del producto
Empaque primario	1	Papel kraft (saco de papel)	160 g/m ²	35,100,000 mm ³		
Empaque secundario	1	Papel kraft (saco de papel)	160 g/m ²	35,100,000 mm ³	Absorción de humedad del ambiente	Temperatura Ambiente
Empaque terciario	1	Papel kraft (saco de papel)	160 g/m ²	35,100,000 mm ³		
Unidad de carga	50 kilos	Papel kraft (saco de papel)	22,000 kilos			
Peso neto de unidad de carga (con tarima):			22,210 kilos			
			Peso tarima: 15 kilos			

Fuente: elaboración propia

Nota: En relación al empaque y embalaje de la harina de trigo es necesario el uso de envase primario y secundario se ha considerado el papel Kraft o blanqueado, con el cual se elaboran sacos multicapas los cuales son los encargados de contener y protege el producto de la luz, insectos, la absorción de la humedad; por su versatilidad y maniobrabilidad es el más adecuado, en cuanto al tamaño de las presentaciones consideradas a exportar.

El envase terciario o embalaje es el encargado de unificar y proteger al producto en toda la cadena de suministro por lo tanto este debe resistir las operaciones de almacenamiento, transporte y distribución y evitar los daños en la manipulación hasta que el producto llegue al consumidor. El embalaje debe cumplir con una serie de características como permitir la rotulación para su fácil identificación, localización y direccionamiento.

La harina de trigo se transportará en 14 tarimas las cuales se estibarán por tarima 32 sacos y se fijarán con stretch para su contención durante el traslado a su lugar de entrega.

Política de precio

Tabla No.15

Presupuesto en televisión para anuncios publicitarios

Televisora: TV Azteca				
Programa	Horario	Precio	Rating	Costo por rating
La resolana	Horario: 11:00 - 12:00 md	\$89.70	2.1 puntos	\$42.72
Noticieros Hechos	Horario: 8:30- 9:00 pm	\$182.85	2.5 puntos	\$73.14
Venga la Alegría	Horario: 6:00- 7:00 pm	\$92.26	3.6 puntos	\$25.63
La Academia	Horario - Domingos: 8:00- 11:00 pm	\$84.28	3.5 puntos	\$24.08
Televisora: Televisa				
Programa	Horario	Precio	Rating	Costo por rating
Hoy	Horario: 9:00 - 12:00 md	\$258.45	2.7 puntos	\$28.72
Noticieros Telvisa	Horario: 8:30 - 9:00 pm	\$251.81	2.62 puntos	\$96.11
Casa de los famosos	Horario: 8:00 - 9:00 pm	\$180.00	2.4 puntos	\$75.00

Fuente: elaboración propia

Nota: En México, los precios tanto de radio como de televisión difieren debido al tiempo en que el anuncio publicitario se emite al televidente o radioescucha, por lo tanto existe a su vez una diferencia en precio, tal es el caso del precio de un anuncio en medio de los Noticieros Televisa siendo este uno de los programas con mayor rating (2.62) de dicha televisora, su precio es de \$359.73, mientras que el precio por lanzar el anuncio en la radio en uno de los programas de mayor popularidad (7.5 de rating) en la EXA FM (Yordi Rosado en EXA) el precio es de \$56.33, lo anterior obedece a muchos factores, uno de ellos es el nivel de popularidad que posee un determinado programa tanto en radio como en televisión debido al porcentaje de audiencia que llegará dicha información.

Por otra parte, es sumamente importante mencionar que dependiendo de televisoras el precio tiende a variar, debido a que en Venga la Alegría siendo este uno de los programas con mayores niveles de audiencia en TV Azteca, el precio es de \$115.32,

debido a que el rating de dicho programa es de 3.6 puntos, habiendo una diferencia considerable con Noticieros de Televisa. Sin embargo, con respecto a prensa El Universal \$139.00 por lanzar en portada un anuncio determinado.

Figura No.11

Presupuesto en radio y prensa para anuncios publicitarios

Radio y prensa				
Programa	Horario	Precio	Rating	Costo por rating
Exa: Yordi Rosado en EXA	10:00 am - 1:00pm	\$58.33	N/A	N/A
La ke buena!: Los hijos de la mañana	8:00 am - 11:00am	\$58.33	N/A	N/A
Gobierno	N/A	\$300.00	N/A	N/A
El Universal	N/A	\$139.31	N/A	N/A

Fuente: elaboración propia

Nota: el precio por lanzar el anuncio en la radio en uno de los programas de mayor popularidad (7.5 de rating) en la EXA FM (Yordi Rosado en EXA) el precio es de \$56.33, lo anterior obedece a muchos factores, uno de ellos es el nivel de popularidad que posee un determinado programa tanto en radio como en televisión debido al porcentaje de audiencia que llegará dicha información, (Tarifas CPS, 2024).

Por otra parte, en periódicos como El Universal o EMISORA 2 difieren con respecto a su precio, debido a que el precio de El Universal por subir un anuncio es de \$139.31 en las primeras portadas y las más importantes de dicho proyecto, sin embargo, el precio por tener un anuncio en el periódico EMISORA 2 es \$300.00.

Figura No.12*Presupuesto de anuncios publicitarios en redes sociales*

Redes sociales				
Plataforma	Presupuesto Diario (USD)	Alcance Diario Estimado	Rating	Alcance Mensual Estimado
YouTube: Segmento - cocina	\$387.10	1000 anuncios	N/A	1000 leads
Facebook: Segmentos abiertos	\$96.77	1000 anuncios	N/A	1000 leads
Instagram: Segmentos abiertos	\$300.00	1000 anuncios	N/A	1000 leads
LinkedIn: Segmentos abiertos	\$30.00	1000 anuncios	N/A	1000 leads
WhatsApp: N/A	\$0.97	500 anuncios	N/A	100 leads
Total, inversión por día	\$1,013.87		Gestión de interacciones	Conversión de clientes
Total, de inversión en el mes de implementación	\$31,460.00			

Fuente: elaboración propia

Nota: en la tabla anterior se pueden visualizar los precios por el lanzamiento de anuncios publicitarios en redes sociales, la duración en minutos que tiene cada uno de ellos y los tipos de anuncios.

Presupuesto de Campañas en Redes Sociales.**Establecimiento de los Periodos Óptimos de Alcance**

Para maximizar el número de ventas y alcanzar al cliente objetivo de manera más efectiva, se han identificado tres franjas horarias de mayor tráfico en las plataformas de redes sociales utilizadas. Estas franjas son:

- Mañana: 07:00 a 09:00
- Mediodía: 13:00 a 14:00
- Tarde-noche: 19:00 a 21:00

Este análisis se basa en patrones de comportamiento de los usuarios que interactúan más frecuentemente durante estos períodos, lo que permite optimizar el rendimiento de las campañas publicitarias y, por ende, maximizar la generación de demanda.

Campaña Publicitaria en YouTube

En cuanto a la campaña en YouTube, se ha asignado un presupuesto diario de \$387.09 USD, lo que permitirá la emisión de anuncios durante dos de los tres periodos de mayor tráfico (07:00-09:00 y 19:00-21:00). Se estima que, con esta inversión, se podrá alcanzar a 1,000 clientes leads mensualmente, con un promedio de 1,000 anuncios diarios. Este presupuesto se considera adecuado para lograr un alcance masivo, dada la popularidad y el alto tráfico que tiene YouTube durante las franjas horarias seleccionadas. La combinación de un presupuesto adecuado y la segmentación temporal precisa permite prever un buen retorno de inversión (ROI) en términos de interacciones y conversiones de leads.

Campaña en Facebook

Para la campaña en Facebook se tiene un presupuesto diario estimado de \$96 USD, y se enfocará en la emisión de 1,000 anuncios diarios durante las franjas horarias de alto tráfico. Permitiendo un alcance constante. Dado el nivel de segmentación avanzada que ofrece Facebook, se espera que esta campaña sea capaz de generar un número significativo de leads efectivos, aumentando así la probabilidad de conversión en ventas.

Campaña en Instagram

La campaña en Instagram, se ha dispuesto un presupuesto diario de \$500 USD, con un objetivo de 1,000 anuncios diarios durante las franjas horarias de alto tráfico. Aunque el costo por anuncio en Instagram es significativamente mayor a otras plataformas, su enfoque visual y su audiencia altamente comprometida justifican la asignación de un presupuesto superior. La plataforma tiene una gran capacidad para generar interacción a través de contenido visual atractivo, lo que puede resultar en una mayor tasa de conversión de clientes. Por lo tanto, se prevé que tenga un impacto positivo en la generación de demanda y captación de cliente.

Campaña en LinkedIn

En cuanto a la campaña en LinkedIn, se ha definido un presupuesto diario de \$30 USD, lo que permitirá emitir 500 anuncios diarios durante los picos de tráfico establecidos. A pesar de que el alcance es más limitado en esta plataforma, su bajo costo y su enfoque profesional la hacen adecuada para captar a un público de nicho, especialmente en mercados B2B (business-to-business). Este presupuesto modesto no compromete la estrategia general, ya que LinkedIn puede complementar las otras plataformas, al dirigirse a un segmento de usuarios que busca contenido profesional y de valor, lo que potencialmente podría derivar en leads de alta calidad.

Uso de CRM en WhatsApp

Se ha considerado la integración de un sistema de CRM en WhatsApp para la gestión de las compras efectivas. Este sistema tiene un costo mensual de \$30 USD y se utilizará para organizar y gestionar las interacciones con los clientes que resulten de las campañas publicitarias. WhatsApp es una herramienta clave para el seguimiento directo de las ventas y para facilitar la conversión de leads en compradores finales. La implementación de un CRM en WhatsApp optimiza la comunicación con los clientes, permitiendo un servicio más ágil y personalizado, lo que incrementa las probabilidades de cierre de ventas. Este costo se considera bajo en relación con los beneficios que proporciona en términos de eficiencia y conversión.

Figura No.13

Presupuesto de anuncios publicitarios en redes sociales II

Plataforma	Presupuesto Diario (USD)	Alcance Diario Estimado	Alcance Mensual Estimado
YouTube	\$387.10	1,000 anuncios	1,000 leads
Facebook	\$96.77	1,000 anuncios	1,000 leads
Instagram	\$500.00	1,000 anuncios	1,000 leads
LinkedIn	\$30.00	500 anuncios	100 leads
CRM en WhatsApp	\$0.97	Gestión de interacciones	Conversión de clientes
Total, de inversión por día	\$1,013.87		

Fuente: elaboración Propia

Nota: Para la campaña en las redes sociales se ha considerado por su alto impacto y cercanía con los clientes se implemente en un periodo de mes.

Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP) para Harinsa S.A de C. V

Figura No. 14

Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP) para Harinsa S.A de C. V

HARINSA S.A DE C.V ASPECTO	DAP DETALLES
Cumplimiento Regulatorio	Harinsa S.A de C.V debe asegurarse de que su harina de trigo cumpla con los estándares de seguridad alimentaria de México, incluidos los controles de calidad y pruebas para detectar contaminantes. Realizar pruebas exhaustivas de laboratorio y obtener certificaciones como la NOM (Norma Oficial Mexicana) que garanticen que la harina es apta para el consumo en México.
Preferencias del Consumidor	Harinsa debe ajustar la receta de su harina de trigo según las preferencias locales de los consumidores mexicanos, lo que puede implicar cambios en la molienda, fortificación con nutrientes o ajustes en la consistencia.
Aspectos Culturales	La marca y el diseño del empaque deben resonar con la cultura y los valores de los consumidores mexicanos. Utilizar colores, símbolos y mensajes que sean culturalmente relevantes y atractivos.
Competitividad del Producto	Evaluar los productos de la competencia en México en términos de precios, calidad y estrategias de marketing. Identificar los puntos fuertes y débiles para establecer ventajas competitivas.
Logística y Distribución	Asegurar que la cadena de suministro esté optimizada para mantener la calidad de la harina durante el transporte y almacenamiento. Seleccionar métodos de transporte adecuados y gestionar eficientemente los almacenes.
Marketing y Comunicación	Desarrollar campañas de marketing que se adapten a los canales y medios preferidos en México, incluyendo redes sociales, televisión y puntos de venta.

Fuente: elaboración propia

La empresa debe asegurarse que su producto cumpla con los estándares de seguridad alimentaria de México, incluidos los controles de calidad y pruebas para detectar contaminantes. El etiquetado de la harina debe incluir información nutricional completa, lista de ingredientes, advertencias de alérgenos y fechas de caducidad. Toda esta información debe estar en español y cumplir con la legislación mexicana. ajustando la receta de su harina de trigo según las preferencias locales de los

presupuestos, selección de agencias, briefing, compartir cláusulas, investigación de mercados, mensaje publicitario, plan de medios, concepto creativo envío de material y análisis de interacciones, comprendiendo estudios y análisis para entender mejor el mercado, la competencia y las necesidades de los consumidores. Se observa que el marketing directo genera respuestas inmediatas y podría llevar a una relación unilateral con los clientes.

Política de promoción

Relacionando los datos en tabla: total anual: \$57,715.34 sugiere un enfoque balanceado, donde se combinan métodos tradicionales y modernos de marketing para maximizar el impacto y la eficiencia de las estrategias. Relaciones Públicas: 12.4% Mejorando la percepción de la marca y fortaleciendo las relaciones con stakeholders clave. La Publicidad Digital: 6.2% segmentando precisamente el objetivo al público, medición de tiempo real y costo con efectividad, Publicidad BTL (Below the Line): 5.8% personalizando con eficacia el mercado local y nicho específico, Publicidad ATL (Above the Line): 60.1% Dando la visibilidad de un alcance masivo ideal para campañas grandes como la de HARINSA.

El Marketing Directo: 8.0% Indica una tasa sustentable y construye una buena relación con los futuros clientes. El enfoque ATL, BTL y la Investigación de mercados, sugiere una combinación sobre métodos tradicionales y con alta tecnología para maximizar el impacto con estrategias efectivas al público. Harinsa S.A de C.V deberá introducir su harina de trigo en México de manera efectiva, satisfaciendo tanto las normativas locales como las expectativas de los consumidores, y estableciendo una base sólida para el éxito a largo plazo. En este contexto y asegurando que la inversión del plan de marketing impulse las ventas y condiciones sin arriesgar la rentabilidad, es indispensable conectar esta publicidad a canales digitales y tradicionales en México. Con fuerte empuje a publicidad masiva, redes y comercialización directa.

Tabla No.17
Estrategia de Marketing Adaptada a México

<i>Elemento</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Inversión (\$)</i>	<i>Canales en Mx</i>	<i>Impacto</i>
<i>Relaciones Publicas</i>	12.4%	\$7,154.70	Eventos, ferias agroeconómicas	Fortalece la credibilidad y confianza
<i>Publicidad digital</i>	6.2%	\$3,578.35	Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok), canal de whats app	Segmentación de público objetivo y preciso
<i>Publicidad BTL</i>	5.8%	\$3,347.50	Agro mercados y degustaciones en tiendas reconocidas	Publico directo
<i>Publicidad ATL</i>	60.1%	\$34,678.60	Televisión, pautas radiales	Alcance masivo en horarios de mayor audiencia
<i>Marketing directo</i>	8.0%	\$4,617.23	Mercados, tiendas mayoristas negocios con socios comerciales	Construcción de un network marketing efectivo

Fuente: elaboración propia

Conexión de México con la realidad

- **ATL Publicidad Masiva:** la televisión en México es un canal potencial para la industria alimenticia. La empresa HARINSA se puede beneficiar con spots en horarios de mayor audiencia y en la radio con la misma estrategia.
- **BTL Publicidad segmentada:** Tanto como supermercados y mercados mayoristas son primordiales para generar la confianza del en el producto. Las degustaciones y promociones impulsan la marca y la aceptación con el pasar del tiempo.
- **Digital:** México cuenta con una población con acceso a redes sociales tanto como Facebook e Instagram que permite ubicar y segmentar por región y hábitos de consumo, mientras que tiktok es considerado para contenido visual muy atractivo.
- **Marketing Directo:** Considerando la relación entre distribuidores y mayoristas es clave establecer alianzas con dicho mercado, haciendo negocios con supermercados y distribuidores locales y así, garantizando en puntos de venta la distribución efectiva de harina de trigo.

Tabla No 18
Resultado trimestral

<i>Trimestre</i>	<i>Ventas (toneladas)</i>	<i>Ingreso</i>	<i>Costo</i>	<i>Ganancia Bruta (\$)</i>	<i>Flujo de Caja (\$)</i>	<i>Inversión Marketing (\$)</i>
<i>Q1</i>	2,500	1,250.00	900.00	350,000	375,000	14,428.84
<i>Q2</i>	2,750	1,375.00	990.00	385,000	525,000	14,428.84
<i>Q3</i>	3,025	1,512.50	1,089.00	423,500	675,000	14,428.84
<i>Q4</i>	3,328	1,664.00	1,197.60	466,400	825,000	14,428.84

Fuente: elaboración propia

Este modelo de marketing asegura que la inversión impulse las ventas trimestralmente alineando la estrategia con canales publicitario efectivos.

Decisiones de Mercado

Se deberán tomar decisiones estratégicas para introducir su harina de trigo en el mercado mexicano. Esto incluye elegir el mercado objetivo (por ejemplo, panaderías, restaurantes, hogares), decidir sobre la estrategia de entrada (exportación directa, alianzas estratégicas), establecer precios competitivos y desarrollar estrategias de distribución y promoción.

Estudio de Mercado

Harinsa debe realizar un estudio de mercado para comprender las preferencias de los consumidores mexicanos, la competencia local y las oportunidades de mercado. Esto incluye investigar el consumo de harina de trigo, las marcas competidoras y las tendencias del mercado. Los resultados del estudio de mercado guiarán las decisiones estratégicas de Harinsa para asegurar una entrada exitosa en el mercado mexicano.

Comportamiento de Mercado

Analizar el comportamiento del mercado en México es crucial para Harinsa. Esto implica estudiar cómo los consumidores mexicanos compran harina de trigo, sus preferencias de sabor y textura, y su sensibilidad al precio. También es importante entender cómo los competidores están posicionados y qué estrategias están utilizando.

Con esta información, Harinsa puede adaptar su producto y estrategias de marketing para satisfacer mejor las necesidades del mercado.

La compañía tiene en su camino a los consumidores mexicanos que en sus preferencias la harina de trigo le gusta con sabor suave y empaques pequeños para uso en los hogares, Deberá entonces adaptarse a las preferencias y diseñar empaques pequeños, que resalten la calidad y frescura, dando a conocer su receta en los canales de comunicación populares.

ii. Localización de Agentes/ Distribuidores:

Colocar listados de potenciales clientes y al menos explicar 2 métodos para encontrar clientes. En cuanto a los métodos de desarrollo para Harinsa S.A. de C.V. puede identificar y establecer relaciones con distribuidores y agentes en el mercado mexicano, facilitando su expansión internacional. Localizando agentes y distribuidores en México. Se considera a Crowley Transportes S.A de C.V Dirección: Av. Olímpica entre 65 y 67 Avenida Sur Colonia Escalón Edificio Corporativo Teléfono: 2511-4900, (Crowley, s.f).

Para exportar las mercancías se ha considerado como opción llevarse a cabo vía terrestre, siendo la más accesible económicamente para las operaciones de la empresa. Crowley Transportes S.A de C.V proporcionará el servicio de carga internacional en unidades de 53 cbm, llegando hasta el Agente Aduanal Deschamps en cd Hidalgo en Chiapas México. Dicha aduana Terrestre colinda con la frontera Tecún-Umán en Guatemala, Contando con ubicación geográfica perfecta para las operaciones y permitirá un acceso idóneo desde la comercializadora EL TAPATIO en Ciudad de Hidalgo Chiapas hacia los potenciales clientes, Se tomará la póliza de seguro de carga proporcionada por DAVIVIENDA SEGUROS con vigencia hasta el 25 de junio 2025, (El Tapatio, s.f).

Potenciales Clientes

- Harinas de Chihuahua: Dirección: Av. La Junta No. 500 Sector 2 Popular, 31350 Chihuahua, Chihuahua
Teléfono: 614 439 8300
Sitio Web: [Harinas de Chihuahua](#)

- Fábrica de Harinas Elizondo S.A. de C.V.
Dirección: Ferrocarril de Cuernavaca 887, Col. Irrigación, Del. Miguel Hidalgo,
11500 Ciudad de México, Distrito Federal
Teléfono: 55 2122 6070
Sitio Web: [Harinas Elizondo](#)

- Harina de Trigo Real Alteña
Dirección: Félix Ramírez Rentería 169, 47400 Lagos de Moreno, Jalisco
Teléfono: 482 128 3869
Sitio Web: [Real Alteña](#)

- Grupo Trimex
Dirección: Horacio 1855 Col. Los Morales, Polanco Del. Miguel Hidalgo, CP
11510 Ciudad de México, México
Teléfono: 55 65 87 05 00
Sitio Web: [Grupo Trimex](#)

- Molinera de México
Sitio Web: [Molinera de México](#)

Métodos para encontrar clientes

1. Investigación de Mercado y BDD Comerciales

Descripción: Utilizar bases de datos comerciales y directorios industriales como Cosmos Online, y otros recursos especializados para identificar y contactar a potenciales distribuidores y agentes en el mercado objetivo.

Ventajas: Proporciona una lista detallada de empresas con información de contacto, lo que facilita la identificación de posibles socios comerciales: Cosmos Online, Portal Industrial B2B, LinkedIn, Redes Sociales

2. Ferias y Exposiciones Comerciales

Descripción: Participar en ferias y exposiciones comerciales relacionadas con la industria alimentaria y de molienda de trigo. Estos eventos son excelentes oportunidades para establecer contactos directos con distribuidores, agentes y otros actores clave del mercado.

Ventajas: Permite el contacto cara a cara, lo que puede fortalecer las relaciones comerciales y facilitar negociaciones.

Ejemplo: Asistir a eventos como la Feria Internacional de la Industria Molinera, Panadería y Confeitería para conocer a potenciales clientes y socios.

INDICADORES

En el caso de los indicadores para el éxito del plan de Internacionalización hacia México utilizaremos una combinación de kpi's tanto financieros, comerciales y en operaciones, Se utilizará la herramienta zoho one para reporteria en los mencionados, Se asignará las tareas en crm y se desglosaran cada mes de la siguiente manera:

FINANZAS

- Utilidad Bruta: Nos ayudara a evaluar la rentabilidad en cada tonelada vendida de harina de trigo
- ROI: Nos permitirá medir la eficiencia de la inversión al inicio tanto en marketing como en comercialización
- Punto de Equilibrio: Se centra en la verificación de las ventas cubriendo costos de operación y asegurando la cantidad necesaria vendida para ser rentables.
- Flujo de caja: Las diferentes áreas de liquidez suficiente las sostendremos para el mejor funcionamiento operativo

VENTAS Y MERCADEO

- Mercado: Se evaluará la cuota necesaria en el mercado (leads) captados para Harinsa.
- Ventas: El porcentaje de ventas mensuales se medirán tanto mensual como anualmente
- CAC: El costo de adquisición determinara cuanto nos costara atraer nuevos

leads en los canales que nos brindara zoho one crm.

MARKETING

- Publicidad digital: Medirá la efectividad de las campañas en redes sociales.
- Publicidad ATL Y BTL: Alcance e interacción por consumidores y cada distribuidor.
- Gestión de redes sociales: Se analizará el impacto de contenido y nuevas estrategias.

OPERACIONES

- Eficiencia: compra vrs costo de comercialización manteniendo la comparación en toneladas.
- Distribución: Costo de entrega de harina de trigo a los puntos de venta.
- Costo de distribución: Mide cuánto cuesta entregar los productos en distintos puntos de venta.
- Tiempo de respuesta: Evalúa la eficacia de la cadena de suministro hacia México en ciudad Hidalgo.

Estos kpi's nos permitirán medir el desempeño y enfocarnos en estrategias para establecerse en México

iii. Documentación de Exportación (y proveedores de servicios)

Listados de documento y en los anexos colocan los formatos de su producto

Para exportar productos como la harina de trigo, es importante contar con la documentación adecuada y trabajar con proveedores de servicios confiables. La documentación necesaria y proveedores de servicios que pueden facilitar el proceso:

Documentación de Exportación

Factura Comercial

Descripción: Documento que detalla la transacción entre el exportador y el importador, incluyendo la descripción de los bienes, cantidad, precio y términos de venta.

Importancia: Es esencial para el despacho aduanero y para el cálculo de aranceles e impuestos.

Lista de Empaque

Descripción: Documento que detalla el contenido de cada paquete, incluyendo peso, dimensiones y descripción de los bienes.

Importancia: Facilita la inspección aduanera y la logística de transporte.

Certificado de Origen

Descripción: Documento que certifica el país de origen de los bienes exportados.

Importancia: Puede ser necesario para cumplir con los requisitos aduaneros y para beneficiarse de acuerdos comerciales preferenciales.

Declaración de Exportación

Descripción: Documento requerido por las autoridades aduaneras del país exportador que detalla la naturaleza de los bienes y su destino.

Importancia: Es necesario para el control aduanero y para las estadísticas de comercio exterior.

Carta de Porte Aéreo

Descripción: Documento similar al conocimiento de embarque, pero utilizado para el transporte aéreo.

Importancia: Es necesario para el transporte aéreo de mercancías.

Licencia de Exportación

Descripción: Permiso emitido por el gobierno del país exportador que autoriza la exportación de ciertos bienes.

Importancia: Puede ser requerido para productos regulados o sensibles.

- NIT de Exportación
- Código de Exportación

Proveedores de Servicios

Agencias Aduanales

Descripción: Empresas especializadas en el despacho aduanero que ayudan a gestionar la documentación y cumplir con los requisitos aduaneros.

Ejemplo: Agencia Aduanal Ricardo Deschamps.

Empresas de Logística y Transporte

Descripción: Proveedores que ofrecen servicios de transporte internacional, almacenamiento y gestión de la cadena de suministro. En el caso de la exportación a México se optará por vía terrestre en un furgón de 53 cbm

Costos de Internación en México con Equipo de 53 cbm

El análisis de los costos de internación muestra que el flete y el IVA son los componentes más significativos del costo total. Es crucial gestionar estos costos de manera eficiente para asegurar la rentabilidad de la exportación. Además, asegurar que todos los trámites y regulaciones se cumplan es esencial para evitar retrasos y costos adicionales.

Costos de Internación MX:

- Cantidad: 22 toneladas
- Costo Total: \$10,076.00

Precio por Tonelada:

- Precio: \$458.00

Flete:

- Costo: \$8,059.00
- Costo FCA (FREE CARRIER):
- Costo Total: \$18,135.00

Valor IVA (16% MX):

- Costo: \$2,904.15
- Seguro:
- Costo: \$79.79

No Intrusiva:

- Costo: \$15.93

Trámites:

- Costo: \$100.00

Costos de Internación:

El costo de internación de \$10,076.00 para 22 toneladas implica un costo promedio de aproximadamente \$458.00 por tonelada. Este costo incluye todos los gastos necesarios para que la mercancía llegue a su destino en México.

Flete:

El flete de \$8,059.00 representa una parte significativa del costo total. Este gasto cubre el transporte de la mercancía desde el punto de origen hasta el destino en México.

Costo FCA:

El costo FCA de \$18,135.00 incluye el precio de la mercancía y el flete. Este es el costo total antes de agregar otros gastos como el IVA, seguro y trámites.

Valor IVA:

El IVA del 13% en El Salvador se calcula sobre el valor sujeto a declaración, resultando en un valor de \$2,367,92. Este es un impuesto obligatorio que se debe pagar al importar mercancías a México.

Seguro:

El costo del seguro de \$79.79 asegura la mercancía durante el transporte, protegiendo contra posibles daños o pérdidas.

No Intrusiva:

El costo de \$15.93 corresponde a inspecciones no intrusivas que pueden ser requeridas por las autoridades aduaneras para asegurar que la mercancía cumple con las regulaciones.

Trámites:

Los trámites de \$100.00 cubren los costos administrativos y de gestión necesarios para completar el proceso de importación.

Consultoras de Comercio Internacional

Descripción: Empresas que ofrecen asesoría en comercio internacional, incluyendo la gestión de documentación, cumplimiento normativo y estrategias de entrada al mercado.

Finanzas**Plan Financiero para Harinasa El Salvador**

Ventas Mensuales: Estimación de ventas mensuales basadas en la capacidad de comercialización y demanda esperada en México.

- Primer Trimestre: \$50,000 USD/mes
- Segundo Trimestre: \$60,000 USD/mes
- Tercer Trimestre: \$70,000 USD/mes
- Cuarto Trimestre: \$80,000 USD/mes

Ventas Anuales: Suma de las ventas mensuales proyectadas.

- Total, Anual: \$780,000 USD
- Costos de Adquisición

Compra de Harina de Trigo: Costo de adquisición de harina de trigo de los productores.

- Mensual: \$30,000 USD
- Anual: \$360,000 USD

Gastos Operativos

Transporte y logística: Costos de envío y distribución de la harina a México.

- Mensual: \$8,000 USD
- Anual: \$96,000 USD

Marketing y Publicidad: Gastos en campañas de marketing y promoción.

- Mensual: \$3,000 USD
- Anual: \$36,000 USD

Alquiler y Servicios: Costos de alquiler de oficinas y servicios públicos.

- Mensual: \$2,000 USD
- Anual: \$24,000 USD

Otros Gastos: Gastos administrativos y otros costos operativos.

- Mensual: \$2,000 USD
- Anual: \$24,000 USD

Flujo de Caja Proyectado

- Ingresos Totales Anuales: \$780,000 USD
- Costos Totales Anuales: \$540,000 USD (Adquisición + Operativos)
- Flujo de Caja Neto Anual: \$240,000 USD

Estado de Resultados Proyectado

- Ingresos: \$780,000 USD
- Costos de Adquisición: \$360,000 USD
- Gastos Operativos: \$180,000 USD
- Utilidad Bruta: \$240,000 USD
- Gastos Generales y Administrativos: \$60,000 USD
- Utilidad Neta: \$180,000 USD

Estrategia de Financiamiento

- Inversión Inicial: \$100,000 USD (para cubrir costos iniciales de adquisición y marketing).

- Fuentes de Financiamiento:
 - a) Préstamos Bancarios: \$50,000 USD
 - b) Inversión de Capital Propio: \$50,000 USD
- Plan de Amortización: Pago mensual de \$4,500 USD durante 12 meses para el préstamo bancario.

Análisis de Rentabilidad

- Anual: \$540,000 USD
- Margen de Beneficio:
 - Bruto: 30.77%
 - Neto: 23.08%
- Retorno sobre la Inversión (ROI): 180% anual.
- Plan de Contingencia
- Riesgos Financieros: Fluctuaciones en el precio de la harina, cambios en la demanda, problemas logísticos.

Estrategias de Mitigación: Contratos a largo plazo con proveedores, diversificación de mercados y seguros de transporte.

Distribución de Costos: La mayor parte de los costos se destina a la compra de harina de trigo (46.2%), lo cual es esperado dado que HARINSA no es productor. Los costos de transporte y logística también representan una parte significativa (12.3%), lo que subraya la importancia de una logística eficiente.

Utilidad Neta: La utilidad neta del 23.1% indica una buena rentabilidad del proyecto. Este margen es saludable y sugiere que el negocio puede ser sostenible a largo plazo.

Margen de Beneficio: Con un margen de beneficio bruto del 30.77% y un margen de beneficio neto del 23.08%, el proyecto muestra una buena capacidad para generar ganancias después de cubrir todos los costos operativos.

Retorno sobre la Inversión (ROI): Un ROI del 180% es muy atractivo y sugiere que la inversión inicial se recuperará rápidamente, generando beneficios significativos.

PRESPUUESTAR POLITICAS

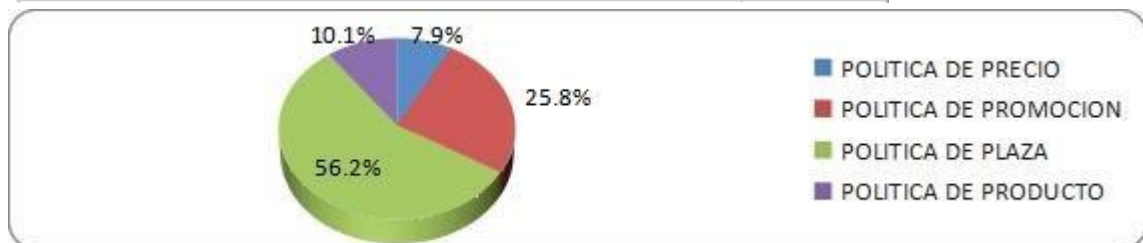
El presupuesto total para una exportación terrestre definitiva de Harinsa S.A de C.V desde El Salvador a México es de \$46,450.00. Este presupuesto se distribuye entre cuatro políticas principales: Precio, Promoción, Plaza y Producto.

Tabla No.19

Presupuesto de políticas

Feria Internacional de la Industria Molinera, Panadera y Confitrera													
1.	\$ 350.22	\$ 214.32	\$ 257.81	\$ 232.43	\$ 321.41	\$ 281.24	\$ 342.90	\$ 250.32	\$ 333.43	\$ 222.01	\$ 430.33	\$ 281.34	\$ 3,517.76
2.	\$ 360.13	\$ 421.42	\$ 335.53	\$ 214.20	\$ 423.21	\$ 391.23	\$ 232.20	\$ 281.42	\$ 236.45	\$ 284.32	\$ 212.20	\$ 213.21	\$ 3,647.65
TOTAL	\$ 710.35	\$ 635.74	\$ 593.34	\$ 446.75	\$ 753.53	\$ 675.47	\$ 586.10	\$ 531.75	\$ 569.88	\$ 506.33	\$ 642.62	\$ 494.55	\$ 7,165.41
EXPO PAN 2024													
1.	\$ 248.33	\$ 315.42	\$ 280.52	\$ 219.92	\$ 362.28	\$ 249.12	\$ 374.45	\$ 215.38	\$ 324.83	\$ 388.91	\$ 287.01	\$ 299.98	\$ 3,566.15
TOTAL	\$ 248.33	\$ 315.42	\$ 280.52	\$ 219.92	\$ 362.28	\$ 249.12	\$ 374.45	\$ 215.38	\$ 324.83	\$ 388.91	\$ 287.01	\$ 299.98	\$ 3,566.15
PUBLICIDAD BTL													
1. Publicidad en redes sociales	\$ 120.30	\$ 102.18	\$ 183.12	\$ 101.30	\$ 119.20	\$ 100.43	\$ 102.33	\$ 200.10	\$ 100.03	\$ 144.01	\$ 180.15	\$ 199.01	\$ 1,652.16
2. Publicidad en vallas publicitarias	\$ 200.11	\$ 78.03	\$ 212.03	\$ 111.11	\$ 213.21	\$ 100.99	\$ 112.22	\$ 201.01	\$ 101.01	\$ 188.12	\$ 100.10	\$ 100.11	\$ 1,716.96
TOTAL	\$ 320.41	\$ 180.21	\$ 395.15	\$ 212.41	\$ 332.41	\$ 201.33	\$ 213.55	\$ 401.11	\$ 201.04	\$ 332.13	\$ 280.25	\$ 299.12	\$ 3,369.12
PUBLICIDAD ATL													
1. Prensa	\$ 2,045.01	\$ 1,103.22	\$ 1,004.14	\$ 1,021.00	\$ 1,000.01	\$ 2,302.21	\$ 1,032.43	\$ 2,061.02	\$ 1,922.01	\$ 1,093.03	\$ 1,432.01	\$ 1,003.12	\$ 16,959.21
2. Televisión	\$ 1,302.00	\$ 2,034.00	\$ 1,111.02	\$ 1,002.33	\$ 1,050.20	\$ 2,043.01	\$ 2,094.03	\$ 1,932.01	\$ 1,000.12	\$ 1,123.01	\$ 1,024.09	\$ 2,012.21	\$ 17,728.03
TOTAL	\$ 3,347.01	\$ 3,137.22	\$ 2,115.16	\$ 2,023.33	\$ 2,050.21	\$ 4,345.22	\$ 3,126.46	\$ 3,993.03	\$ 2,922.13	\$ 2,216.04	\$ 2,456.10	\$ 3,015.33	\$ 34,687.24
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS													
1.	\$ 130.00	\$ 300.00	\$ 250.00	\$ 190.00	\$ 170.00	\$ 120.00	\$ 110.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 130.00	\$ 200.00	\$ 260.00	\$ 2,260.00
2.	\$ 250.00	\$ 280.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 160.00	\$ 120.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 110.00	\$ 180.00	\$ 100.00	\$ 2,031.80
TOTAL	\$ 380.00	\$ 580.00	\$ 550.00	\$ 490.00	\$ 330.00	\$ 240.00	\$ 210.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 240.00	\$ 380.00	\$ 360.00	\$ 4,291.80
MARKETING DIRECTO													
1.	\$ 189.00	\$ 274.00	\$ 180.00	\$ 190.45	\$ 200.49	\$ 190.30	\$ 180.90	\$ 196.90	\$ 180.45	\$ 190.90	\$ 190.19	\$ 190.40	\$ 2,353.88
2.	\$ 278.40	\$ 300.00	\$ 190.80	\$ 200.50	\$ 179.40	\$ 190.50	\$ 200.10	\$ 180.14	\$ 170.30	\$ 190.60	\$ 190.80	\$ 190.90	\$ 2,281.64
TOTAL	\$ 467.40	\$ 574.00	\$ 370.80	\$ 390.95	\$ 379.89	\$ 380.80	\$ 381.00	\$ 377.04	\$ 350.75	\$ 291.50	\$ 380.99	\$ 291.30	\$ 4,635.62
Total Suma													
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	TOTAL
Feria Internacional de la Industria Molinera, Panadería y Confitrera	\$ 710.35	\$ 635.74	\$ 593.34	\$ 446.75	\$ 753.53	\$ 675.47	\$ 586.10	\$ 531.75	\$ 569.88	\$ 506.33	\$ 642.62	\$ 494.55	\$ 7,165.41
EXPO PAN 2024	\$ 248.33	\$ 315.42	\$ 280.52	\$ 219.92	\$ 362.28	\$ 249.12	\$ 374.45	\$ 215.38	\$ 324.83	\$ 388.91	\$ 287.01	\$ 299.98	\$ 3,566.15
PUBLICIDAD BTL	\$ 320.41	\$ 180.21	\$ 395.15	\$ 212.41	\$ 332.41	\$ 201.33	\$ 213.55	\$ 401.11	\$ 201.04	\$ 332.13	\$ 280.25	\$ 299.12	\$ 3,369.12
PUBLICIDAD ATL	\$ 3,347.01	\$ 3,137.22	\$ 2,115.16	\$ 2,023.33	\$ 2,050.21	\$ 4,345.22	\$ 3,126.46	\$ 3,993.03	\$ 2,922.13	\$ 2,216.04	\$ 2,456.10	\$ 3,015.33	\$ 34,687.24
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	\$ 380.00	\$ 580.00	\$ 550.00	\$ 490.00	\$ 330.00	\$ 240.00	\$ 210.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 240.00	\$ 380.00	\$ 360.00	\$ 4,291.80
MARKETING DIRECTO	\$ 467.40	\$ 574.00	\$ 370.80	\$ 390.95	\$ 379.89	\$ 380.80	\$ 381.00	\$ 377.04	\$ 350.75	\$ 291.50	\$ 380.99	\$ 291.30	\$ 4,635.62
TOTALES	\$ 5,473.50	\$ 5,431.59	\$ 4,303.17	\$ 3,683.36	\$ 4,208.32	\$ 6,094.94	\$ 4,891.56	\$ 5,758.31	\$ 4,688.83	\$ 3,974.91	\$ 4,436.77	\$ 4,760.78	\$ 57,715.34
% of TOTAL	7.5%	7.4%	7.5%	6.4%	7.5%	10.6%	6.8%	10.0%	6.1%	6.5%	7.7%	8.2%	100.0%

TOTALS SUMMARY	% of TOTAL
RELACIONES PÚBLICAS	12.4%
PUBLICIDAD DIGITAL	6.2%
PUBLICIDAD BTL	5.8%
PUBLICIDAD ATL	60.1%
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	7.4%
MARKETING DIRECTO	8.0%
TOTALS	100,0%



Fuente: elaboración propia

Nota: en la tabla anterior se muestran detalladamente las políticas que se han tomado en consideración para elaborar el presupuesto destinado del proceso de internacionalización, donde se puede visualizar el porcentaje de inversión que posee cada una de estas políticas: política de precio (7.9%), política de promoción (25.8%), política de plaza (56.2%) y política de producto (56.2%).

Política de Precio

- **Análisis de Competencia:** \$3,000.00
- **Estrategias de Precios:** \$2,000.00
- **Monitoreo de Precios:** \$500.00
- **Total:** \$5,500.00 (11.8% del total)

La mayor parte del presupuesto en esta categoría se destina al análisis de competencia y estrategias de precios, lo cual es crucial para establecer precios competitivos en el mercado mexicano.

Política de Promoción

- **Relaciones Públicas:** \$1,500.00
- **Publicidad Digital:** \$750.00
- **Publicidad BTL:** \$700.00
- **Publicidad ATL:** \$7,500.00
- **Marketing Directo:** \$1,000.00
- **Total:** \$11,450.00 (24.7% del total)

La publicidad ATL (Above The Line) representa la mayor parte del presupuesto de promoción, lo que sugiere un enfoque en medios masivos para alcanzar una amplia audiencia.

La combinación de publicidad digital y BTL (Below The Line) complementa la estrategia promocional, asegurando una cobertura integral.

Política de Plaza

- **Transporte Interno:** \$10,000.00
- **Distribución a Puntos de Venta:** \$5,000.00
- **Almacenamiento:** \$3,000.00
- **Gestión de Inventario:** \$2,000.00
- **Tecnología Logística:** \$3,000.00
- **Gestión de Proveedores:** \$2,000.00
- **Total:** \$25,000.00 (53.8% del total)

El transporte interno y la distribución a puntos de venta son los mayores costos en esta categoría, lo que refleja la importancia de una logística eficiente para asegurar la entrega oportuna de productos. La inversión en tecnología logística y gestión de inventarios es esencial para optimizar el flujo de productos y reducir costos operativos.

Política de Producto

- **Adecuación del Producto:** \$2,000.00
- **Desarrollo de Nuevas Presentaciones:** \$1,000.00
- **Control de Calidad:** \$1,500.00
- **Total:** \$4,500.00 (9.7% del total)

La adecuación del producto y el control de calidad son fundamentales para cumplir con los estándares del mercado mexicano y asegurar la satisfacción del cliente. El desarrollo de nuevas presentaciones puede ayudar a captar diferentes segmentos del mercado y aumentar la competitividad.

Balance General

Balance de Inversión: La mayor parte del presupuesto se destina a la política de plaza, lo cual es adecuado dado que la logística es crucial para una exportación terrestre. Sin embargo, es importante monitorear estos costos para evitar sobrecostos.

Estrategia Promocional: La inversión significativa en publicidad ATL sugiere un enfoque en la creación de marca y alcance masivo. Complementar esto con estrategias digitales y BTL puede mejorar la efectividad de la promoción.

Optimización de Costos: Revisar periódicamente los costos de cada política y buscar oportunidades de optimización puede ayudar a mantener el presupuesto bajo control y mejorar la rentabilidad.

Figura No.15

Cálculo de precio de exportación: origen/destino (simulación precio de exportación)

Cálculo Precio Exportación			Total Valor FAS 18141.00		
Origen / Destino			Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren)		
Descripción del elemento			Manipulación	1.00	0.01%
Coste Variable Bruto del Producto (CVB)			Total Valor FOB 18142.00		
	IMPORTE	%	Puerto de Origen:		
	10076.00	55.53%	Valor CIF (Coste, Seguro y Flete)		
		0.00%	Seguro	1.00	0.01%
		0.00%	Total Precio CIF 18143.00		
		0.00%	Puerto/Lugar de Desembarque		
Total Coste Variable Bruto	10076.00		Precio Venta al Importador (DDP)		
Coste Variable Neto del Producto (CVN)		0.00%	Impuesto	1.00	0.01%
Total Coste Variable Neto	10076.00		Total Precio Venta Importador (DDP) 18144.00		
Margen de Contribución (MC)	2.00	0.01%	Precio Venta al Minorista		
Total Precio (CVN + MC)	10078.00		Recargo		
Valor Ex Works (VEW)			Margen Mayorista	0.00	0.00%
Flete	8058.00	44.42%	Total Precio Venta al Minorista 18144.00		
Flete	42.00	0.42%	PVP Previo		
Embalaje	1.00	0.01%	Recargo		
Etiquetado	2.00	0.01%	Margen Detallista	0.00	0.00%
		0.00%	Total PVP Previo 18144.00		
		0.00%	Precio de Venta Final Público		
Total Costes Específicos Ex Works	8062.00		Ajustes de Competencia		
Total Valor ExWorks (CVN + MC + VEW)	18140.00		Margen de Maniobra		
Valor FAS (Franco al Costado)			Total Precio de Venta Final Público 18144.00		
Envío	1.00	0.01%	Total Precio de Venta Final Público por tonelada 824.73		
		0.00%	Precio total prorrateo 0.37		
		0.00%	Aviso Legal		

Nota: en las imágenes anteriores, se puede visualizar el prorrateo del costo variable bruto del producto, el costo variable neto del producto, el valor Ex Works y FAS así como también el cuadro resumen de los valores obtenidos en cada uno de los elementos. El prorrateo del costo en base a 22 toneladas que se enviarán en una sola importación con la unidad de 53cbm, con un costo unitario de \$458.00 por tonelada, dándonos un precio final de \$18,144.00 por las 22 toneladas.

Figura No.16*Cuadro resumen*

Descripción del elemento	Importe
Coste Variable Bruto del Producto (CVB)	10076.00
Coste Variable Neto del Producto (CVN)	10076.01
Margen de Contribución (MC)	2.00
Valor Ex Works (VEW)	18140.00
Valor FAS (Franco al Costado)	18141.00
Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camion/tren)	18142.02
Valor CIF (Coste, Seguro y Flete)	18143.02
Precio de Venta al Importador (DDP)	18144.02
Precio Venta al Minorista	18144.02
PVP Previo	18144.02
Precio de Venta Final Público	18144.02

Nota: en las imágenes anteriores, se puede visualizar el prorrateo del costo variable bruto del producto, el costo variable neto del producto, el valor Ex Works y FAS así como también el cuadro resumen de los valores obtenidos en cada uno de los elementos. El prorrateo del costo en base a 22 toneladas que se enviarán en una sola importación con la unidad de 53cbm, con un costo unitario de \$458.00 por tonelada, dando un precio final de \$18,144.00 por las 22 toneladas.

Conclusiones

- Este análisis proporciona una visión clara de la viabilidad financiera del proyecto y sugiere que HARINSA y El Tapatío están bien posicionados para tener éxito en el mercado mexicano. El proyecto es financieramente viable con un margen de beneficio neto del 23.08% y un ROI del 180%.
- Los márgenes indican una buena rentabilidad, con un margen bruto del 30.77% y un margen neto del 23.08%. El retorno sobre la inversión del 180% que es excelente, mostrando que la inversión inicial ha sido muy rentable y el punto de equilibrio mensual de \$45,000 sugiere que la empresa necesita generar al menos esta cantidad cada mes para cubrir sus costos.
- Las diversas actividades económicas tales como festivales gastronómicos, ferias, publicidad, entre otras contribuirán a que Harinsa S.A de C.V, se dé a conocer como nueva marca de Harina de Trigo en la Ciudad de Hidalgo, sin embargo, la calidad del producto y la demanda que llegue a obtener al llegar al mercado objetivo serán puntos clave para prevalecer en dicho mercado.
- En cuanto Harinsa S.A de C.V se encuentre operando en el mercado objetivo, debe analizarse la siguiente ciudad a conquistar con el fin de identificar la ventaja competitiva, demanda y oferta, entre otros elementos y a su vez determinar las posibilidades de poder ingresar a dicha ciudad y poder continuar con el proceso de internacionalización.
- Según Market Data México, en 2023 los estados con mayor número de ventas internacionales de harina de trigo fueron: la Ciudad de México, Estado de México, Yucatán, Querétaro y Baja California.
- Datos recabados en (Harina de Trigo o Morcajo En el Salvador | Observatorio de Complejidad Económica, 2022). Indican que, El Salvador se ha convertido en el exportador número 48 de harina de trigo al mundo Ubicando a México uno de los principales destinos para exportar harina de trigo, además del triángulo norte y Estados Unidos.

Recomendaciones

- Las diversas actividades económicas tales como festivales gastronómicos, ferias, publicidad, entre otras contribuirán a que Harinsa S.A de C.V, se dé a conocer como nueva marca de Harina de Trigo en la Ciudad de Hidalgo, sin embargo, la calidad del producto y la demanda que llegue a obtener al llegar al mercado objetivo serán puntos clave para prevalecer en dicho mercado.
- En cuanto Harinsa S.A de C.V se encuentre operando en el mercado objetivo, debe analizarse la siguiente ciudad a conquistar con el fin de identificar la ventaja competitiva, demanda y oferta, entre otros elementos y a su vez determinar las posibilidades de poder ingresar a dicha ciudad y poder continuar con el proceso de internacionalización.
- Es sumamente importante que previo a seleccionar una ciudad objetivo se realice una investigación de mercado, la cual contribuya a identificar que tan conveniente es que Harinsa S.A de C.V se posicione en determinada ciudad, a través de los siguientes aspectos, distancia entre la ciudad existente, los precios actuales de harina de trigo en el lugar, la economía de la ciudad, entre otros.
- Para la publicidad del producto será importante un monitoreo y/o una investigación para el seguimiento y estudio de la publicidad ATL (Above The Line) ya que esta representa la mayor parte del presupuesto de promoción en el presente proyecto.
- Es clave focalizarse en las regiones señaladas con mejor número de ventas en harina de trigo en la Ciudad de México, para la identificación, mejora y ampliación del mercado estratégicamente analizando calidad y precio del producto.

REFERENCIAS

- Trejo, L. E. (2024). Preocupa a panaderos la escasez de harina. *El Sol de Hidalgo / Noticias Locales, Policiacas, Sobre México, Hidalgo y el Mundo*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/local/preocupa-a-panaderos-escasez-de-harina-8413409.html>
- Redacción. (2023, 19 octubre). *La escasez de harina pone en jaque al sector panadero en México*. Momento San Luis Potosí. <https://periodicoelmomento.com/2023/escasez-de-harina-pone-en-jaque-al-sector-panadero-en-mexico/>
- Santiago, E. R., Bautista-Mayorga, F., & García-Salazar, J. A. (2022). Análisis del Mercado de maíz en México desde una perspectiva de precios. *Acta Universitaria*, 32, 1-16. <https://doi.org/10.15174/au.2022.3265>
- De Agricultura y Desarrollo Rural, S. (2022, 11 octubre). *Cultivo de trigo en México: todo lo que debes de saber*. gob.mx. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/cultivo-de-trigo-en-mexico-todo-lo-que-debes-de-saber>
- *Marco jurídico del comercio exterior en México*. (2021, 7 septiembre). <https://www.garciayasociados.net/marco-juridico-del-comercio-exterior-en-mexico>
- *Zoho Inventory - Plataforma de gestión de pedidos y control de inventario* (2021, 29 noviembre). <https://acelerateconunerp.com/zoho-inventory/>
- Merubia, M. J. (2019). *Teorías de la internacionalización de empresas* (Vol. 10). Universidad Nacional de Jujuy. [https://revistas.ucsp.edu.pe > article > download](https://revistas.ucsp.edu.pe/article/download)
- *Mercado de harina, crecimiento, informe 2024-2032 / Tamaño, estudio*. (s. f.). Expert Market Research.

<https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-harina>

- De Javier Felipe (2024). *Conferencia Técnica de la IAOM N°47 para la Región Latinoamericana*. CANIMOLT
- Juárez, C. (2022, 13 septiembre). *Cifras de la industria del trigo en México*. THE FOOD TECH - Medio de Noticias Líder En la Industria de Alimentos y Bebidas. <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/industria-del-trigo-en-mexico/>
- De Población, C. N. (2020). *La composición de las familias y hogares mexicanos se ha transformado*. gob.mx. <https://www.gob.mx/conapo/articulos/la-composicion-de-las-familias-y-hogares-mexicanos-se-ha-transformado-en-las-recientes-decadas-como-resultado-de-cambios-demograficos?idiom=es>
- *Número de habitantes. Cuéntame de México*. (2020). <https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P#:~:text=51%20%25-.Fuente%3A%20INEGI.Censo%20de%20Poblaci%C3%B3n%20y%20Vivienda%202020.,son%20hombres%20y%2051%20mujeres.>
- Juárez, C. (2022, septiembre 13). *Cifras de la industria del trigo en México*. THE FOOD TECH - Medio de Noticias Líder En la Industria de Alimentos y Bebidas. <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/industria-del-trigo-en-mexico/>
- La crisis del trigo. (2023). Factoro. <https://factoro.mx/blog/la-tesis-del-trigo/>
- Scoolinary, & Scoolinary. (2023, 19 diciembre). *10 variedades de pan según el tipo de harina* | Scoolinary Blog. Scoolinary Blog - Fórmate Online En Cocina, Repostería y Gestión de Restaurantes. <https://blog.scoolinary.com/10-variedades-de-pan-segun-el-tipo-de-harina-utilizado>

- TIA. (2024, 13 febrero). TECNOLOGÍA EN INGREDIENTES ALIMENTICIOS S.A DE C.V. <https://www.tiasaalimentos.com.mx/>
- Béjar, B. (2021, 10 noviembre). Las panaderías y pastelerías con más tradición de la Ciudad de México. *Ciudad de México Secreta*. <https://cdmxsecreta.com/panaderias-y-pastelerias-tradicionales-cdmx/>
- Selina Wamucii. (2020, 18 febrero). *Page Analysis » Selina Wamucii*. https://www.selinawamucii.com/es/perspectivas/precios/mexico/harina-de-trigo/#google_vignette
- De Información Agroalimentaria y Pesquera, S. (2023). Trigo grano: dando de comer a México. gob.mx <https://www.gob.mx/siap/articulos/trigo-grano-dando-de-comer>
[mexico#:~:text=Los%20principales%20tipos%20de%20trigo,propiedades%20de%20gluten%20del%20trigo.](https://www.gob.mx/siap/articulos/trigo-grano-dando-de-comer-mexico#:~:text=Los%20principales%20tipos%20de%20trigo,propiedades%20de%20gluten%20del%20trigo.)
- Harina de trigo o morcajo en El Salvador | Observatorio de Complejidad Económica. (2022). Observatorio de Complejidad Económica. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/wheat-flours/reporter/slv>
- Normatividad para cupos de exportación, de harina de trigo, grañones y sémola de trigo; aceites de s | Ventanilla única de comercio exterior. (2023). <https://www.vuce.gov.co/noticias/avisos/normatividad-para-cupos-de-exportacion-de-harina-d>
- ANAM – Agencia Nacional de Aduanas de México. (s. f.). <https://anam.gob.mx/>
- Omar. (2022, 23 junio). *Conocer los principios clave para exportar*. Secretaría de Economía. <https://e.economia.gob.mx/guias/conocer-los-principios-clave-para-exportar/>

- TRIDGE. (s. f.). *Empower your business with data | Data & Analytics | Tridge*. Tridge. <https://www.tridge.com/data-analytics>
- Web, C. 2. (2021, 4 junio). *México mejora su posición en Índice de Percepción de Corrupción*. NOTICIAS | Capital 21. <https://www.capital21.cdmx.gob.mx/noticias/?p=9335#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20IPC,%20Malawi%20Mali%20y%20Rusia>.
- *Gobierno y estructura*. (2021, 27 mayo). <https://embamex.sre.gob.mx/nuevazelandia/index.php/sobremexico/gobiernoyestructura>
- *México: Economía y demografía 2024*. (2024). Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/paises/mexico>
- De Administración Tributaria, S. (2024.). *Primer semestre de 2024, SAT supera la meta de la LIF*. gob.mx. <https://www.gob.mx/sat/prensa/primer-semester-de-2024-sat-supera-la-meta-de-la-lif-040-2024?idiom=es#:~:text=El%20Servicio%20de%20Administraci%C3%B3n%20Tributaria,crecimiento%20real%20de%206.1%20por>
- De Educación Pública, S. (s. f.). *Conoce el sistema educativo nacional*. gob.mx. <https://www.gob.mx/sep/articulos/conoce-el-sistema-educativo-nacional>
- Nina. (2023, 15 diciembre). *NOM-247-SSA1-2008*. Normalización. <https://platiica.economia.gob.mx/normalizacion/nom-247-ssa1-2008/>
- Gobierno de México, I. N. (s. f.). *Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado B 123*. gob.mx. <https://www.gob.mx/indesol/documentos/ley-federal-de-los-trabajadores-al-servicio-del-estado-apartado-b-02-04-2014>
- *Gob.mx*. (s. f.). gob.mx. <https://www.gob.mx/tramites/ficha/permiso-sanitario-previo-de-importacion-de>
- Google Meet (2024) Videoconferencia con Ing. Juan Rafael Vidal Vidales gerente general de Gemina Industria Harinera S.A de C.V. Recuperado de:

https://drive.google.com/file/d/1TPGxkU0BnCs_kcfv40UV706aUvSOMOs/view?usp=drivesdk

- Vista de *El tratado de libre comercio Triángulo del Norte-México*. (s. f.). <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/830/787>
- Medrano, S. (2025, 27 enero). México enfrenta déficit en producción de trigo por escasez de agua: Ortega Razo. *El Sol de Salamanca | Noticias Locales, Policiacas, de México, Guanajuato y el Mundo*. <https://oem.com.mx/elsoldesalamanca/local/mexico-enfrenta-deficit-en-produccion-de-trigo-por-escasez-de-agua-ortega-razo-21398799>
- *Harinsa El Salvador*. (s. f.-b). Harinsa el Salvador. <https://harinsa.odoo.com/>
- Gemina, (s. f.). Adquirimos del molino de harina de trigo Gemina en Chinandega, Nicaragua. | CMI 100 años. https://aniversario100.somoscmi.com/entrada_historia/adquisicion-del-molino-de-harina-de-trigo-gemina-en-chinandega-nicaragua/
- Crowley. (s. f.). *Contact our El Salvador Office - (888) 574-3692*. <https://elsalvador.crowley.com/contact-us>

Anexos

Figura No.17

Videoconferencia con Ing. Juan Rafael Vidal Vidales gerente general de Gemina Industria Harinera S.A de C.V



Fuente: captura de pantalla de videoconferencia en Google Meet.

Figura No.18

Permisos para el flujo de harina de trigo

Permisos			
Código Arancelario	Institución	Descripción	Código Permiso
1101000000	MAG	AUTORIZACIÓN FITOSANITARIA DEL MAG	MAG033
1101000000	MSA	AUTORIZACION DE IMPORTACION MINSAL	MSA055

Fuente: captura de pantalla de Aduana El Salvador

Figura No.19

Factura comercial de Harinsa S.A de C.V

Page 1 of 2



Harinsa
la esencia de la panadería

FACTURA / INVOICE

FOLIUMBER

0913316725

FECHA DE EXPEDICIÓN:

2024-10-04T16:29:15

LUGAR DE EXPEDICIÓN:

07359

ORDEN / ORDER

85379306

ORDEN DE COMPRA / PURCHASE

OC-001118

REMISION / DELIVERY

8009417925

ALMACEN / PLANT

1471 Mexico CDMX Insulation

CLIENTE / CUSTOMER		CONSIGNATARIO / CONSIGNEE	
1107772 Colonia San Francisco Calle Los Bambúes y av Las Amapolas número 22B	1107772 EL TAPATIO, MX Eje Vial 1 Oriente (Avenida Ferrocarril Hidalgo) 597, 07000 Gustavo A. Madero, Distrito Federal +52 55 5577 3917		


CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	NO. PARTE	PRODSERV	UNIDAD	CANT.	P. UNIT	IMPORTE
923602	HARINA DE TRIGO		30141508	TN	350.000		7,003.50
421712							

Net Weight: KG
 Gross Weight: 6645.844 KG
 DECLARAMOS BAJO PROTESTA DE DECIR LA VERDAD QUE,
 EXCEPTO DONDE CLARAMENTE SE INDIQUE, EL PAIS DE
 ORIGEN DE ESTAS MERCANCIAS ES: MEXICO.
 WE HEREBY DECLARE THAT THESE GOODS WERE
 PRODUCED IN COMPLIANCE WITH ALL APPLICABLE
 REQUIREMENTS, AND EXCEPT WHERE OTHERWISE
 CLEARLY INDICATED THE COUNTRY OF ORIGIN OF THIS
 MERCHANDISE IS : MEXICO.

Fuente: elaboración propia

Figura No.20

Packing list de Harinsa S.A de C.V



Packing List

Delivery 8009417925 on 07.10.2024 Date 04.10.2024

Ship to:
 EL TAPATIO, MX
 Eje Vial 1 Oriente (Avenida Ferrocarril Hidalgo)
 597, 07000 Gustavo A. Madero,
 Distrito Federal
[+52 55 5577 3917](tel:+525555773917)

Shipping Point Address:
 Colonia San Francisco
 Calle Los Bambúes y av.
 Las Amapolas número 22B

Shipping point #: 7335
Plant code #: 1471
Shipment #: 8508959182
Sales Order #: 85379308
Customer PO #: OC-001118

Carrier: CROWLEY
Seal number #: 27169
Equipment ID: 88
Shipping conditions: Full Truck Load
Terms of delivery: FCA CD HIDALGO

Item# PO Item#	Material code/ Old Material code	Customer Reference	Product Description	Order Quantity	Delivery Quantity	Vary
10	822802			360 PC	360.000 PC	
20	421712 102478			620 PC	620.000 PC	

Fuente: elaboración propia

Figura No.21

Certificado de origen

Central America-Dominican Republic-United States Free Trade Agreement																				
CERTIFICADO DE ORIGEN																				
<p>1. Exporter's name, address and tax identification number:</p> <p>HARINSA SA de CV Colonia San Francisco Calle Los Bambúes y av. Las Amapolas número 22B San Salvador El Salvador</p>	<p>2. Shipment period:</p> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>From</td> <td>D</td> <td>M</td> <td>Y-A</td> <td>To</td> <td>D</td> <td>M</td> <td>Y-A</td> </tr> <tr> <td></td> <td>18</td> <td>2</td> <td>2024</td> <td></td> <td>31</td> <td>12</td> <td>2024</td> </tr> </table>				From	D	M	Y-A	To	D	M	Y-A		18	2	2024		31	12	2024
From	D	M	Y-A	To	D	M	Y-A													
	18	2	2024		31	12	2024													
<p>(If known)</p> <p>3. Producer's name, address and tax identification number:</p> <p>Disponible a pedido</p>	<p>4. Importer's name, address and tax identification number:</p> <p>EL TAPATIO EJE VIAL 1 ORIENTE AVENIDA FERROCARRIL 597, 07000 CD HIDALGO CHAPAS, MX</p>																			
<p>5. Description of good(s) - Descripción de la(s) mercancía(s)</p> <p>HARINA DE TRIGO O DE MORCAJO (TRANQUILLON)</p>	<p>6. HS tariff classification - Clasificación arancelaria</p> <p>1101300000.00</p>	<p>7. Preferential tariff treatment criteria - Criterio para trato arancelario preferencial</p> <p>C(CAFTA)</p>	<p>8. Other criteria - Otros criterios</p> <p>NO</p>	<p>9. Producer - Productor</p> <p>NO(1)</p>																

Fuente: elaboración propia

Figura No.22

Cargo manifest

CARGOMANIFEST				
Navío/Vujo SEALANDRAI BDA4735	Port of Loading NANSHA, CHN	Port of Discharge AGENCIA ADUANAL DESCHAMPS	Place of Delivery XXXXX	Final Destination XXXXX
				<small>OROWLEY EL SALVADOR SA DE CV. SOLISAVAN 14 (1-1403) ZONA 10033 / ZONA 1004</small>
Shipper/Consignee	IBC No.	Container No/ Seal No / Equipo	Cargo Description	Gross Weight
SA: HARRISA SA DE CV OO: FI TAPATIO	(H) SLJH2400579	MRSUBST3632PCNDY19180402 HC	Said to Contain 212 PACKAGES CONTAINING: HARINA DE TRIGO	9800.00

Fuente: elaboración propia

Figura No.23

Modelo de carta de Porte

CARTA DE PORTE Nº TS200010				
EXPEDIENTE <small>OF 000 00077</small> EMPRESA SA DE CV Colonia San Francisco Calle Los Rioscales y de Las Américas número 228, San Salvador El Salvador				
Nº DE COMISIONADO EMPRESA SA DE CV Colonia San Francisco Calle Los Rioscales y de Las Américas número 228, San Salvador El Salvador				
FACTURADO POR: EMPRESA SA DE CV Colonia San Francisco Calle Los Rioscales y de Las Américas número 228, San Salvador El Salvador				
CONSIGNATARIO: EL TIAPTEL, S de CV Financiera Masquil S de CV Avenida 10 de Agosto, 10000 Modulo, Distrito Central				
NET OPERACIONES		MEIO DE TRANSPORTE:		
TRANSPORTE:		CARTELA PLACA:	PLACA PLACA:	CODIGO:
PAIS:		PAIS:	PAIS:	PAIS:
WILLIAM ALEXANDER ZULEIGA GARCIA		WILLIAM	SA VASCOFFO	BOLETA DEL CLIENTE
ADUANA DE SALIDA:		ADUANA DE INGRESO:		PAIS DE DESTINO:
LA HABANA		TEGUIGUAY		RECEI
ORDEN DE ALMACEN DESCARGA: Eje Vial 1 Oriente (Avenida Financiera) Pk 10.5 OF. 0000 GUAYAMA, MADRID, Distrito Federal +52 55 559 1193				
TODA MERCADERIA VERBA POR CUENTA Y RIESGO DEL CONSIGNATARIO				
CANTIDAD DE BULTOS		DESCRIPCION DEL PRODUCTO		PESO / KG
121 BULTOS		MASERA DE TEGUI		ND
125 BULTOS		FACTURAS - 00110002		ND
DESCRIPCION:		IMPORTE:	IMPORTE:	
PLATE INTERNACIONAL		1	1.2000	

Fuente: elaboración propia

Figura No.24

Modelo de renovación de póliza



**RAMO DE TRANSPORTE
ANEXO No. 64/2024 DE RENOVACIÓN DE POLIZA**

El presente Anexo forma parte integrante de la Póliza de Seguro de Transporte de Importaciones/Exportaciones No. **STM-1931796**, emitida a nombre de **HARINSA, S.A. DE C.V.**, con vigencia a partir del **06 de Junio de 2019**.

Por medio del presente Anexo y en acuerdo con el Asegurado, la Compañía conviene en **RENOVAR** la Póliza arriba indicada por el plazo de **UN AÑO**, con vigencia desde el **21 de Junio de 2024** hasta el **21 de Junio de 2025**, ambas fechas a las doce horas del día y de acuerdo a los siguientes Términos y Condiciones:

Bienes Asegurados:

Mercadería propia del giro del negocio del Asegurado, de su propiedad o por las que sea legalmente responsable, consistentes principalmente en: Equipo Industrial para Refrigeración.

Trayecto Asegurado:

Importaciones:

Desde las bodegas del proveedor en cualquier parte del mundo (excepto los países detallados más adelante), hasta las bodegas del Asegurado en la República de El Salvador, por vías marítima, aérea y terrestre.

Fuente: captura de pantalla de anexo No.64/2024 renovación de póliza

Figura No.25

Modelo de Declaración Única Centroamericana (DUCA)

CONFIDENCIAL


DECLARACION UNICA CENTROAMERICANA (DUCA)		Identificación de la declaración																									
Exportador / Proveedor	4.1 No. Identificación	4.2 Tipo Identificación	1 No Consolidativo o referencia	2 No de DUCA	3 Fecha de aceptación																						
	4.3 País Emisión	4.4 Nombre o razón social	1402811	2024042009	20240204																						
Importador / Destinatario	4.5 Domicilio fiscal	4.6 Tipo Identificación	7 Aduana registradora	8 Aduana salida																							
	4.7 País Emisión	4.8 Nombre o razón social	05 TERRESTRE LA HACIADURA	05 TERRESTRE LA HACIADURA																							
Declarante	5.1 No. Identificación	5.2 País Emisión	9 Aduana ingreso	10 Aduana destino																							
	5.3 Domicilio fiscal	5.4 Nombre o razón social	05 TERRESTRE LA HACIADURA	05 TEGUCIGALPA																							
Transportista	6.1 Código	6.2 No. Identificación	11 Región aduanera	12 Modalidad	13 Clase	14 Fecha Vencimiento																					
	6.3 Nombre o razón social	6.4 Domicilio fiscal	01 - Importación Definitiva	5-TELEDESPECHO DE MERCANCIAS																							
Conductor	7.1 País procedencia	7.2 País expedición	15 País procedencia	16 País expedición																							
	7.3 País destino	7.4 Depósito aduanero/ Zona franca	MF - Mexico	MF - Mexico																							
Conductor	8.1 Código	8.2 Modo transporte	17 País destino	18 Lugar de embarque	19 Lugar de desembarque																						
	8.3 Nombre	8.4 Modo transporte	SV - MEXICO	21 Lugar de embarque	22 Lugar de desembarque																						
Conductor	9.1 No. Identificación	9.2 No. Identificación de conductor	23 País destino	24.1 Identificación de la unidad de transporte	24.2 País registro	24.3 Marca																					
	9.3 Nombres y Apellidos	9.4 País expedición	24.5 Identificación del remolque o semirremolque	24.6 Cantidad de unidades de carga (remolques o semirremolques)	24.7 Número de dispositivos de seguridad (cinturones e manjueles)	24.8 Equipamiento																					
Conductor	9.5 País expedición	9.6 País expedición	24.9 Tamaño del equipamiento	24.10 Tipo de carga	24.11 Número(s) identificación de contenedor(es)																						
	9.7 País expedición	9.8 País expedición	14	12	Vir Anexo																						
Valores Totales	25 Valor de transacción	26 Gastos de transporte	27 Gastos de seguros	28 Otros gastos	29 Peso Bruto total	30 Peso Neto total																					
	29 Valor en aduana Total	30 Incoterm	31 Tasa de cambio		2,533.35	54																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Liquidación General</th> </tr> <tr> <th>34.1 Tipo de pago</th> <th>34.2 Base de pago</th> <th>34.3 Monto a pagar</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DAI</td> <td>0.00</td> <td>EFFECTIVO</td> </tr> <tr> <td>IVA</td> <td>1,472.00</td> <td>EFFECTIVO</td> </tr> <tr> <td>VTS</td> <td>15.50</td> <td>EFFECTIVO</td> </tr> <tr> <td>ITE</td> <td>2.87</td> <td>EFFECTIVO</td> </tr> <tr> <td>34.4 Total</td> <td>1,490.37</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>							Liquidación General			34.1 Tipo de pago	34.2 Base de pago	34.3 Monto a pagar	DAI	0.00	EFFECTIVO	IVA	1,472.00	EFFECTIVO	VTS	15.50	EFFECTIVO	ITE	2.87	EFFECTIVO	34.4 Total	1,490.37	
Liquidación General																											
34.1 Tipo de pago	34.2 Base de pago	34.3 Monto a pagar																									
DAI	0.00	EFFECTIVO																									
IVA	1,472.00	EFFECTIVO																									
VTS	15.50	EFFECTIVO																									
ITE	2.87	EFFECTIVO																									
34.4 Total	1,490.37																										

DUCA - D

Fuente: elaboración propia

Figura No.26

Modelo de Declaración Única Centroamericana (DUCA II)

DECLARACIÓN ÚNICA CENTROAMERICANA (DUCA)									
-IMPRESA-									
Exportador Procedente	4.1 No. Identificación	4.2 Tipo Identificación	4.3 País Emisión	Identificación de la Declaración					
	00VST051041		ESA	1. No. Comercial o Referencia	2. No. de DUCA	3. Fecha de Aprobación			
Importador Destinatario	4.4 Nombre o Razón Social	4.5 Domicilio Fiscal	5.1 No. Identificación	5.2 Tipo Identificación	5.3 País Emisión	6.1 Aduana Registro / País de Origen	6.2 Aduana de Salida		
	MARINSA SA DE CV	Carretera San Francisco Calle Los Bembés y Las Américas número 229	007420051011	Número de identificación Tributaria	El Salvador	ADUANA LA MACHADURA	ADUANA TECUN UJIAN		
Destinatario	5.4 Nombre o Razón Social	5.5 Domicilio Fiscal	6.1 Código	6.2 No. Identificación	6.3 Nombre o Razón Social	7. País Procedente	7. País Destinado	8. País Origenación	8. País Destinación
	EL TABATICO	C/4 Vial 1 Oficina (Avenida Famosant) Highway SAT, 07000 Guatemala				Guatemala	Guatemala	Guatemala	Guatemala
Transportista	18.1 Código	18.2 Nombre	19.1 Código	19.2 Nombre	20. Modo de Transporte	21. Lugar de Embarque	22. Lugar de Desembarque		
	Q7680	TRANSPORTES EL CENTROAMERICANO	Q7680		Terrestre				
Conductor	22.1 No. Identificación	22.2 No. Licencia de Conducir	22.3 No. Licencia de Conducir	22.4 Nombre y Apellido	22.5 País Expedición	24.1 Identificación de la Unidad de Transporte	24.2 País de Registro	24.3 Marca	24.4 Chasis/VIN
	1644 0661 0117		1644 0661 0117	Juan Ramon Bautista Zamora	Guatemala	GT680711	Guatemala	PRIGHTLINER	2FU/D9680/A728929
Vehículo / Embarcación	24.7 Número de dispositivo de seguridad (previsores)	24.8 Tamaño del equipamiento	24.9 Tipo Carga	24.10 Tipo Carga	24.11 Número/Número de identificación de contenedores				
	GT 4007041	TRUCK	33	Carga general	--				
25. Valor de Transacción		26. Gastos de Transporte	27. Gastos de Seguro	28. Otros gastos	29. Paso Bruto total	30. Paso Neto total	Liquidación General		
19505.10		0000.00	0.00	0.00	6545.84		34.1 Tipo de tributo	34.2 Total por tributo	34.3 Modalidad pago
29. Valor en Aduana Total		30. Importes	31. Tasa de Cambio	34.4 Total					
21505.10									

Fuente: elaboración propia

Tabla No.27

Tabla de División de Cuarentena Agropecuaria

Página No. 1 de 1		
<p>DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA REPUBLICA DE EL SALVADOR, C.A.</p> <p>CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA LA EXPORTACION DIVISION DE CUARENTENA AGROPECUARIA</p> <p style="text-align: right;">No. Reg.: 0100046314</p> <p>PARA ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE MEXICO. DE ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE EL SALVADOR</p>		
I. DESCRIPCION DEL ENVIO		
Nombre y Dirección del Exportador : TEFEX, S.A. DE C.V. - BLVD.ORDEN DE MALTA #460,URB.SANTA ELENA,ANT.CUSCATLAN SAN SALVADOR		
Nombre y Dirección declarados del Destinatario : FOLLAGE IMPORTS, C.A. - P.O. BOX 567, ASTOR, FL. 32102, USA		
Número y Descripción de los Bultos : 150 MANOJOS		
Marcas Distintivas : Tefex		
Lugar de Origen : EL SALVADOR		
Medios de Transporte Declarado: TERRESTRE		
Punto de Salida Declarado : ADUANA LA HACHADURA		
Nombre del Producto	Nombre Botánico de las Plantas	Cantidad Declarada
PLANTA ORNAMENTALES		1,500.00 UNIDADES
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas. Se considera que están sustancialmente libres de otras plagas.</p>		
II. DECLARACION ADICIONAL		
III. TRATAMIENTO DE DESINFESTACION O DESINFECCI		
Fecha: _____	Tratamiento : _____	
Producto Químico : _____	Dureción y Temperatura : _____	
Concentración : _____		
Información Adicional : _____		
Lugar y Fecha de Expedición : LA LIBERTAD, 22/10/2024		
Nombre del Funcionario Autorizado :		
<i>ESTA ES UNA PRUEBA NO ES VALIDO PARA EFECTOS ADUANALES</i>		
(Sello de la Organización)		(Firma)
<p>Esta Organización, División de Cuarentena Agropecuaria de la Dirección de Sanidad Vegetal y Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de la República de El Salvador, y sus funcionarios y representantes, declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.</p>		

Fuente: elaboración propia

Figura No. 28
Tabla de Prorratio

Fuente: elaboración propia

Pág. No. 1/1 09/11/2024 09:41 p. m.

CUADRO DE PRORRATEO POR INTERNACIÓN No. DE POLIZA: 4-47890

FECHA: 09/11/2024 No. DE HOJA: 373

VALORES EXPRESADOS EN US DOLARES

BODEGA DE INGRESO: BODEGA GENERAL EL TAPATIO MX

CANT.	CÓDIGO	PRODUCTO	COSTO UNITARIO	VALOR FOB	VALOR SEGURO	VALOR CIF	% DAI	VALOR DAI	VALOR CIF + DAI	TRANSPO RTE	GASTOS IMPORTAC.	GASTOS EXT.	GASTOS INT. Y OTROS	TOTAL GASTOS	TOTAL	COSTO UNIT. REAL
22	huz26024	Harina de trigo o de maicazo	458	10076	79.80	10155.8	0	0	10155.8	100	100	8059	8159	18314.8	832.49	
TOTALES:			458	10076	79.80	10155.8	0	0	10155.8	100	100	8059	8159	18314.8		

DETALLE DE PROVEEDORES EN INTERNACION

Id proveedor	Nombre	Numero de Comprobante	Fecha	Fecha Libro	Forma de Pago	Dias Credito	Total
	PARANSA	09011345	09/11/2024	09/11/2024	LIQUIDACION BODEGA FISCAL	0	10,076.00
TOTALES:							10,076.00

DETALLE DE GASTOS EN IMPORTACION

N°	Gasto	Total
1	SEGURO	79.80
2	GASTOS (VIATICOS, CELULAR, CUSTODIO)	0.00
3	FLETES (TERRESTRE Y MARITIMO)	8059
4	GASTOS EXTERNOS (ALMACENAJE, IMPRESIONES)	0.00
5	TRAMITES ADUANALES	100
6	ALMACENAJE	0.00
7	FLETE (TRANSPORTE LOCAL)	0.00
8	INSPECCION NO INTRUSIVA	0.00
9	MANEJO CEPY OTROS	0.00
10	SHIPPING	0.00
11	DAI	
TOTALES:		8238.8

Figura No.29

Indicadores de KPI

The image displays two screenshots of software interfaces. The top screenshot is from the Cliq application, showing a 'Remote Work' sidebar with navigation options like 'My Pins', 'Conversations', 'Files', 'Tasks', and 'Org'. The main content area shows a 'Live video feed' section for a department named 'HARINSA SA DE CV'. Below this, there are three status panels: 'At Work (0)' with the message 'Currently, all of them are offline.', 'Away (1)' listing 'You' (mr17166@ues.edu.sv), and 'Meetings' with the message 'No ongoing or scheduled meetings.' and a 'View history' link.

The bottom screenshot is from the Zoho Books Analytics dashboard. It features a search bar and a navigation menu on the left with options like 'Explorer', 'Dashboards', 'Reports', 'Data', and 'Viewer'. The main area is titled 'Zoho Books Analytics' and contains a list of reports under the heading 'Expand / Collapse All'. The reports include:

- Bottom 10 produc... (Last modified 1 min ago)
- Cost of Sales vs Sa... (Last modified 1 min ago)
- Invoice Generated... (Last modified 1 min ago)
- Invoice Overdue ... (Last modified 1 min ago)
- Invoice Stats by Pr... (Last modified 1 min ago)
- Open Invoice by A... (Last modified 1 min ago)
- Open Invoice Mon... (Last modified 1 min ago)
- Overdue Invoices ... (Last modified 1 min ago)

 Each report card includes a star icon for favorites and a small chart or icon representing the data.