

Unidad 5

- Productos químicos y farmacéuticos.

III.10. Químico - farmacéutico

III.10.1. Exportación de productos químico – farmacéuticos de México al mercado de la Unión Europea (millones de Dólares)

Capítulo/Descripción	1996	1997	1998	1999 (ene – nov)
29 Productos químicos orgánicos	223	268	303	253
30 Productos farmacéuticos	14	34	39	53
28 Productos químicos inorgánicos	26	22	23	17

Fuente: World Trade Atlas - 2000

Los principales productos que México está exportando a la Unión Europea dentro de este sector son: farmaco-químicos, penicilinas, estrógenos y progestágenos; los medicamentos, las sales de rehidratación oral, los cosméticos y los productos auxiliares para la salud (PAPS), así como las suturas y pañales desechables.

III.10.2. Principales productos con demanda identificada

Fracción arancelaria	Descripción
2941.10	Penicilinas y sus derivados
2917.36	Ácido tereftálicos y sus sales
2915.31	Acetato de étilo
2937.99	Hormonas naturales y reproducción y síntesis
2922.50	Amino-alcoholes-fenoles
9001.50	Lentes otras materias para las gafas
9011.90	Partes y accesorios (Microscopios ópticos)
9022.90	Los demás incluido y las partes y accesorios
3004.90	Los demás medicamentos
3002.30	Vacunas para la medicina
3006.60	Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas
3005.90	Las demás guatas, gasas, vendas y análogas
3003.20	Que contengan otros antibióticos

Fuente: World Trade Atlas - 2000

III.10.3. Tendencias en el consumo

La industria farmacéutica está conformada por tres subsectores: 1) Farmoquímicos o materias primas, que constituyen los principios activos con los que son elaborados los medicamentos; 2) Los medicamentos en sí, para uso humano o veterinario y 3) Los Productos Auxiliares para la Salud (PAPS), que a su vez se dividen en materiales de curación, reactivos para diagnóstico, productos odontológicos y productos higiénicos.



El sector farmacéutico se caracteriza a nivel mundial por su alto nivel de integración al proceso de globalización de la economía, debido al rápido avance tecnológico que propicia la permanente innovación del proceso productivo mediante la investigación y requerimientos en inversión extranjera, los cuales se realizan básicamente en Estados Unidos y Europa.

Por otra parte, los procesos productivos que son intensivos en mano de obra se están trasladando a países de menor desarrollo, lo que ha impulsado la participación de las pequeñas y medianas empresas en los mercados mundiales.

El mercado europeo es el consumidor más grande del mundo de medicamentos, siendo un nicho de mercado con potencial para ser explotado por los empresarios mexicanos en virtud de que presenta tendencias de crecimiento debido fundamentalmente a los siguientes factores:

- Población con alto poder adquisitivo e incremento en el consumo de productos geriátricos por los habitantes considerados de la tercera edad.
- Mayor consumo de medicamentos fuera de los hospitales, como consecuencia de las restricciones presupuestales decretadas por los gobiernos europeos al sector salud.
- Consumo de medicamentos destinado a contrarrestar los padecimientos circulatorios y de corazón.

Las presentaciones que mayor demanda tienen son las de uso oral.

Por otro lado, destaca el incremento del consumo de productos naturistas obtenidos a través de plantas y hierbas medicinales.

III.10.4. Aspectos técnicos

El acceso de los productos farmacéuticos al mercado europeo está cada vez más condicionado al cumplimiento de las barreras no arancelarias, es decir, que los productos satisfagan los estándares de calidad, seguridad, salud, protección del ambiente, empaque y etiquetado requeridos por las autoridades europeas.

Por lo anterior, los países no miembros de la UE que deseen exportar productos medicinales se enfrentan a un complicado y cambiante sistema de autorizaciones, en virtud de que deben tramitar una autorización para comercializar sus productos en el mercado europeo. El procedimiento de registro pudiera requerir de la presentación de pruebas documentales que avalen los resultados de investigaciones sobre nuevos productos.

Las Directivas de la Comisión Europea son el mecanismo normativo que establecen las regulaciones. Sin embargo, las autoridades comunitarias reconocen que el proceso de integración necesita un tiempo para su adaptación e instrumentación, por lo que, hasta la fecha, todavía continúan en vigor regulaciones anteriores que subsisten con las actuales.



Las Directivas de la Comisión Europea más relevantes en el sector farmacéutico son:

- **Directiva 65/65/EEC** que establece el marco normativo para las subsecuentes regulaciones en el sector farmacéutico.
- **Directiva 75/318/ECC** que adiciona nuevas reglas en materia de información farmacológica y toxicológica, así como bases de datos clínicos necesarios para su aplicación.
- **Directiva 75/319/ECC** que creó el Comité de Propietario de Productos Medicinales (CPMP) así como el primer procedimiento para la múltiple autorización para los productos.
- **Directiva 87/22/ECC** que extiende el papel de los CPMP para introducir las consultas previas de limpieza en todas las tecnologías de punta para la producción de drogas.
- **Directiva 89/341/ECC** que se aplica a los productos medicinales no propietarios.
- **Directiva 89/342/ECC** que cubre los productos inmunológicos.
- **Directiva 89/343/ECC** relativa a los productos radio-farmacéuticos.
- **Directiva 89/381/ECC** que afecta a los productos derivados de la sangre humana o plasma.
- **Directiva 91/356/ECC** por la que se exige a todas las empresas los principios de Prácticas de Buenas Manufacturas (GMP), entre los que se encuentran las guías de manejo de calidad, control, seguridad, personal, premisas y equipo.
- **Directiva 92/73/ECC** que introduce reglas sobre la medicina homeopática.

Con el fin de entrar en el mercado de la U.E., los productos farmacéuticos deben de adecuarse a las regulaciones de la cadena de calidad. El primer eslabón de ésta, es una licencia de manufactura aceptada por los estados miembros de la U.E.

En los Países Bajos, la autoridad responsable para las licencias de manufactura es el *Medicine Evaluation Board (College ter Beoordeling van Geneesmiddelen)*. No hay que olvidar, que los estándares de calidad para las manufacturas se aplican a los países no pertenecientes a la U.E. como si el producto fuera elaborado dentro del mercado europeo (Directiva 91/356).

El segundo eslabón es la verificación de otros aspectos que no se controlan mediante el procedimiento de las licencias de manufactura. Las materias primas y los productos terminados, especialmente los productos biotecnológicos, que pueden variar su composición (por lo tanto, la seguridad y el funcionamiento pueden verse modificados). Su aplicación representa el tercer eslabón de la cadena de calidad.

Existen dos tipos de registros de procedimientos para autorizaciones (reglamento del Consejo 2309/93): el centralizado y el descentralizado (para las empresas que desean vender sus productos en más de un país miembro).

El objetivo del procedimiento descentralizado es permitir a las empresas farmacéuticas penetrar progresivamente en el mercado europeo, sobre las bases de mutuo reconocimiento por parte de las autoridades nacionales de los países miembros.



Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea

El registro de productos homeopáticos, con base en preparaciones herbolarias, recibe un trato igual que otras drogas y tiene que ser autorizado con base a su calidad, seguridad y eficacia, atendiendo a lo estipulado en la Directiva 65/66.

En virtud de las características de la medicina herbolaria, existen algunas reglas de excepción para las monopreparaciones de esta naturaleza. En el caso de preparaciones exclusivas de uso oral o externo, que no requieren indicaciones de uso terapéutico y que demuestren que los ingredientes no pueden dañar la salud humana, su registro podrá ser automático, sin que sea requisito cumplir con todo el procedimiento previsto.

A) Empaque

El empaque en los productos farmacéuticos está considerado como parte del proceso de producción, por lo que debe de cumplir con las regulaciones de Prácticas de Buena Manufactura (GMP) exigidas por la directiva 91/365, que pretende asegurar que el empaque no afecte el funcionamiento y calidad de los productos farmacéuticos.

B) Etiquetado

La Directiva 92/27 establece reglas comunes para el etiquetado e inserción de las hojas de información, las cuales deben ser legibles, comprensibles y suficientemente fáciles de entender, explicando el uso correcto y seguro del producto.

La etiqueta debe de incluir:

- El nombre, ingredientes activos y fórmula farmacéutica
- Contenido por peso, volumen o dosis
- Excipientes conocidos que tengan efectos reconocidos
- Forma de administración
- Llamadas de atención especiales y precauciones de almacenaje
- Fecha de expiración
- Autorización para su comercialización

Para obtener mayor información sobre las regulaciones, es necesario contactar con los siguientes organismos: *Ministry Public Health, The Medicine Evaluation Board* y el *National Institute of Public Health and the Environment (RIVM)*.

C) Normas de Calidad

Una de las barreras no arancelarias que afectan las exportaciones mexicanas de productos farmacéuticos al mercado europeo, es el complicado sistema de autorizaciones por parte de las autoridades europeas.

Por otra parte, la U.E. está desarrollando un procedimiento de aplicación de un sistema armonizado para el cumplimiento de las normas y regulaciones, con el fin de que se establezcan los estándares generales de calidad, salubridad y protección del medio ambiente.



La serie de normas ISO 9000 representa un sistema de consenso internacional sobre las características esenciales que debe reunir el proceso de elaboración de un producto, con el fin de asegurar un sistema de alta calidad.

El registro de la marca *Conformité Européenne* (CE) tiene como finalidad indicar al consumidor que el producto cumple con las exigencias establecidas por el Comité Europeo de Normalización.

III.10.5. Recomendaciones para la comercialización y promoción de los productos

La distribución de los productos medicinales está en manos de tres canales: los fabricantes/importadores, los distribuidores y los detallistas.

Los importadores que no realizan el proceso de manufactura son principalmente los proveedores exclusivos de las empresas multinacionales. Los distribuidores mayoristas, en muchas ocasiones cuentan con sus propias farmacias y a su vez distribuyen a las empresas químico farmacéuticas independientes. Los detallistas por su parte, realizan ventas a través de hospitales y farmacias.

El abasto y venta de medicinas también se encuentra regulado, sin embargo, cabe señalar que existe un monopolio para la comercialización de productos farmacéuticos en la mayoría de los estados miembros.

En Alemania, Irlanda, Países Bajos y Reino Unido la venta de medicinas puede efectuarse por conducto de las -OTC-, es decir, fuera de farmacias, incluyendo droguerías, tiendas y supermercados. Las razones son históricas.

Cerca del 80% de la distribución farmacéutica en Europa, excepto en Italia, España y Portugal, está controlada por cinco grupos encabezados por Gehe de Alemania.

III.10.6. ¿Cómo promover el producto?

Un elemento importante en la promoción de los productos, es la participación en Ferias y Eventos Internacionales, en los que los exportadores mexicanos pueden obtener el apoyo del 75% del costo de su participación.

En Europa se realizan importantes eventos relacionados con el sector farmacéutico, entre los que se destacan los realizados en Alemania: CPHI (farmaco-químico), Expopharm (medicamentos) y Medica (PAPS).

También destacan otras ferias importantes en el sector farmacéutico, entre ellas:

- ✓ Pharmaceutical Industry and Hospital Equipment Exhibition



Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea

- ✓ *Stoccarda* - Alemania - Enero 2000
- ✓ *Infarma - International Congress and Exhibition for the Pharmaceutical Industry*
Barcelona - España - Marzo 2000
- ✓ *Exhibición de Biotecnología* - Bélgica - Julio 2000
- ✓ *Chemex* - Reino Unido - Septiembre 2000
- ✓ *Technopharm* - Nuremberg - Alemania - Octubre 2000
- ✓ *Pharmadex* - Exhibición de Comercio Farmacéutico - Bélgica - Octubre 2000
- ✓ *Medical International Health and Medical Exhibition* - Lisboa - Portugal - Noviembre 2000

III.10.7. Principales Organismos Europeos

A) Organismos de Normalización

- Comité European de Normalisation (CEN)
- Committee for Proprietary Medicinal Products (CPMP)
- European Agency for the Evaluation of Medicinal Products (EMEA)
- World Health Organisation (WHO)

B) Organismos de Comercio

- Association Européenne Spécialités Pharmaceutiques Grand Public (AESGP)
- European Confederation of Medical Suppliers Associations (EUCOMED)
- European Federation of Pharmaceutical Industries Associations (EFPIA)
- Pharmaceutical Group of the European Community (GPCE)



	Pág.
Presentación	1
I. Objetivos	5
II. Marco de referencia	5
2.1 Entorno Nacional	5
2.2 Contexto Internacional	8
III. Lineamientos de Estrategia	13
3.1 Desarrollo Empresarial	13
3.2 Desarrollo de Oferta Exportable	13
3.3 Desarrollo de Proveedores	14
3.4 Coordinación	14
IV. Productos y Servicios Promocionales	15
4.1 Información	16
4.2 Asesoría	16
4.3 Estudios y Publicaciones	17
4.4 Asistencia Técnica	18
4.5 Capacitación	19
4.6 Eventos Internacionales	21
V. Productos y Servicios Financieros	23
5.1 Portafolio de productos y servicios financieros	23
5.2 Crédito Internacional	28
Anexo: Directorio Centros Bancomext	31

2.1 ENTORNO NACIONAL

Importancia en la economía mexicana

El valor de la producción pesquera y acuícola durante 1998 representó 10,034 millones de pesos o 1.2 millones de toneladas, es decir alrededor del 3% del sector primario.

El personal ocupado en este sector oscila alrededor de los 259 mil empleos (en captura y proceso).

En el sector participan un total de 14,369 empresas.

El valor de mercado considerando ventas internas, más exportaciones, más importaciones de productos pesqueros frescos y procesados, ascendió en 1998 a más 1,200 millones de ds.

El agrupamiento industrial más importante relacionado con el sector pesquero y acuícola es la Cámara Nacional de la Industria Pesquera y Acuícola (CANAINPESCA). También revisten gran importancia las diferentes agrupaciones sociales localizadas en cada entidad.

La producción nacional pesquera en 1998 fue de 1.23 millones de toneladas, correspondiendo el 87% a la captura y el 13% restante a la producción acuícola.

MÉXICO: PRODUCCIÓN PESQUERA POR ESPECIES TONELADAS 1995-1998

ESPECIE	1995	1996	1997	1998	% / 98	TMCA
SARDINA	371,729	430,504	461,712	361,629	29.3	(0.9)
TUNIDOS	146,774	147,857	168,373	138,137	11.2	(2.0)
CAMARON	85,901	78,879	88,489	90,335	7.3	1.7
MOJARRA	90,972	94,279	91,944	77,671	6.3	(5.1)
OSTION	31,892	38,956	42,969	34,762	2.8	2.9
CARPA	27,506	33,171	29,243	31,450	2.6	4.6
CALAMAR	39,726	108,079	121,016	26,611	2.2	(12.5)
TIBURON	32,575	33,469	24,220	24,383	2.0	(9.2)
JAIBA	21,052	27,338	24,485	19,423	1.6	(2.6)
PULPO	19,835	29,829	18,720	17,233	1.4	(4.6)
SARGAZO	44,230	27,663	34,516	N.D.	N.D.	N.D.
SUBTOTAL	867,962	1,022,361	1,071,171	821,634	66.6	(1.8)
OTROS	536,422	507,662	499,415	411,658	33.4	(8.4)
TOTAL	1,404,384	1,530,023	1,570,586	1,233,292	100.0	(4.2)

FUENTE: ANUARIO ESTADÍSTICO DE PESCA 1998 (SEMARNAP)

II MARCO DE REFERENCIA

Las principales especies capturadas en México son sardina, túnidos, camarón, mojarra, ostión y calamar que en conjunto representan el 56% del total pesquero.

Los principales estados pesqueros son Sonora con producción de sardina, calamar y camarón; Sinaloa con camarón, atún, sardina y calamar; Baja California Sur con escama, calamar, sardina, abulón y atún; Baja California con atún, sardina, langosta, escama y abulón; Campeche con camarón, escama y pulpo; Nayarit y Tamaulipas con camarón y Yucatán con escama y pulpo.

De acuerdo a las estadísticas de SEMARNAP actualmente se dispone de una flota pesquera con más de 106 mil embarcaciones (la mayor parte de la flota nacional está integrada por embarcaciones ribereñas); 1,618 granjas acuícolas comerciales con 20,400 hectáreas de superficie acuícola en operación y potencial superior a las 170,600 hectáreas.

Existen actualmente más de 400 plantas procesadoras, destacando 326 congeladoras, 48 enlatadoras y 11 plantas reductoras. La capacidad instalada en plantas transformadoras asciende a 628 toneladas por hora, a 20.4 mil hectáreas aprovechables en acuicultura y alrededor de 3 mil embarcaciones de pesca de altura.

Comercio Exterior

El sector alimentario nacional ocupa el quinto lugar en nuestro comercio exterior, con alrededor del 7% tanto en exportaciones como en importaciones, siendo el saldo de la balanza comercial alimentaria tradicionalmente deficitario.

MEXICO: BALANZA COMERCIAL 1998 (Millones de Dólares)

SECTOR	EXPORTACIONES	%	IMPORTACIONES	%	BALANZA
ELECTRICO-ELECTRONICO	37,024	33.3%	35,047	28.0%	1,977
AUTOMOTRIZ Y AUTOPARTES	23,616	21.3%	14,289	11.4%	9,327
MAQUIN. Y B. DE CAPITAL	13,497	12.1%	20,646	16.5%	(7,149)
TEXTIL Y CONFECCION	9,819	8.8%	7,441	5.9%	2,378
ALIMENTOS	7,544	6.8%	8,704	7.0%	(1,160)
OTROS	18,913	17.0%	38,389	30.7%	(19,476)
SUBTOTAL	111,089	94.5%	125,122	99.9%	(14,033)
PETROLEO Y GAS	6,411	5.5%	120	0.001	6,291
TOTAL	117,500	100.0%	125,242	100.0%	(7,742)

FUENTE: BANCO DE MÉXICO

II MERCADO DE REFERENCIA

Dentro del sector alimentario, el único segmento tradicionalmente superavitario es el pesquero y acuícola, durante 1998 las exportaciones ascendieron a 699 millones de dls. contra 134 millones en importaciones, es decir un saldo favorable de 565 millones de dólares.

MÉXICO: EXPORTACIONES PESQUERAS POR PRINCIPALES GRUPO DE PRODUCTOS (Millones de dólares)

Fracción	Descripción	1996	1997	1998	% / 1998	TMCA
0306	Crustáceos	482.5	521.9	515.6	73.8	3.4
0302	Pescado fresco o refr.	43.5	38.4	36.4	5.2	(8.6)
0303	Pescado congelado	42.0	45.1	43.6	6.2	1.9
0307	Moluscos	92.1	87.4	34.9	5.0	(38.5)
0304	Filetes	13.3	7.9	8.7	1.2	(19.3)
0305	Pescado seco, salado	4.5	4.1	2.9	0.4	(18.9)
0301	Peces vivos	0.2	0.1	0.0	0.0	(47.7)
1604	Prep. y conservas de pescado.	24.6	24.5	13.5	1.9	(26.1)
1605	Prep. o conservas de maris.	74.5	72.5	43.1	6.2	(24.0)
	TOTAL	777	802	699	100	(5.2)

FUENTE: WORLD TRADE ATLAS MÉXICO.

Es necesario que la producción pesquera nacional incremente su nivel de las exportaciones en los próximos años para mantener la participación en el mercado internacional que actualmente tiene.

Considerando que la captura de pesquerías tradicionales se encuentra cercana a sus límites de explotación, el mayor esfuerzo de nuevos proyectos tendrá que generarse en la acuicultura.

Problemática Del Sector

- Concentración de mercados externos y de productos
- Baja presencia de los productos pesqueros en el exterior
- Campañas de grupos ecologistas en el exterior contra productos mexicanos
- Restricciones sanitaria que limitan las oportunidades para exportar
- Gran intermediarismo en la cadena de exportación
- Falta de articulación de la cadena productiva de exportación
- Rezago en la modernización de la flota pesquera y de las plantas procesadoras

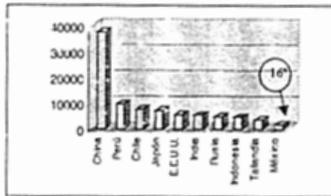
2.2 Contexto Internacional

La producción mundial de especies pesqueras ascendió a 130 millones de toneladas anuales en 1996, con un crecimiento promedio anual de 3.9% en el periodo 1990-96, ocupando México la posición número 16.

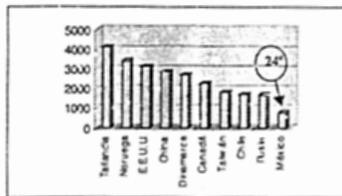
La exportación mundial de productos pesqueros se origina principalmente en Tailandia, Noruega, E.U.A., China, Dinamarca y Canadá, que conjuntamente concentran el 40%.

En importaciones sobresalen Japón, E.U.A., Francia, España, Italia, Alemania, y Reino Unido, que en conjunto concentran el 70% de las importaciones totales. México ocupa el sitio número 24 como exportador y 38 como importador.

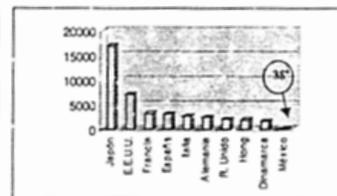
PRODUCCION
(Miles de Toneladas)



EXPORTACIONES
(Millones de Dólares)



IMPORTACIONES
(Millones de Dólares)



FUENTE: ANUARIO ESTADISTICO DE PESCA 1998 (SEMARNAP)

La tendencia mundial por consumir alimentos sanos, de alto valor nutritivo y con mayor valor agregado, ha motivado que la demanda y el consumo de productos pesqueros sea creciente en casi todos los mercados internacionales.

En lo que respecta al acceso a mercados, existe una clara tendencia a imponer cada vez más regulaciones sanitarias que garanticen inocuidad y la calidad de los productos, por lo que actualmente se exigen procesos de estandarización en su elaboración y la aplicación de regulaciones como HACCP (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos), por sus siglas en inglés.

De los principales mercados mundiales altamente consumidores de productos pesqueros sobresale Japón con importaciones de más de 14 mil millones de dólares en 1997, la Unión Europea con un monto similar y Estados Unidos con 7.6 mil millones

EL MERCADO DE REFERENCIA

Japón tiene una gran tradición en el consumo de productos marinos, sus importaciones representan alrededor del 26% del total mundial, es decir, casi el doble de las de E.E.UU., con un consumo per cápita de 68 kg. al año.

Otro gran mercado de productos pesqueros es la Unión Europea, el cual presenta una gran participación tanto en importaciones como en exportaciones totales, sólo que la mayor parte del comercio se realiza dentro de la región. Menos del 10% de las exportaciones europeas se hacen a países fuera de la Unión, mientras que las importaciones extracomunitarias ascienden a más del 30%; sin embargo, hay países como Alemania cuyas importaciones extraregionales superan el 70% del total.

El consumo per cápita europeo se ubica en los 38 kilogramos, existiendo una alta demanda por productos frescos y vivos, sin dejar de lado la tendencia de importar productos con mayor valor agregado y de fácil preparación.

La demanda europea de productos pesqueros se puede regionalizar en tres grandes áreas:

1. Europa mediterránea, la mayor demanda es de pescados y mariscos frescos;
2. Europa central, la mayor demanda es de pescado procesado y un poco de marisco;
3. Europa nórdica, la mayor demanda es de pescado fresco y procesado y en menor medida mariscos en ambas presentaciones

El mercado estadounidense de pescados y mariscos es el tercero más importante dentro de las importaciones mundiales, 14% del total, con alrededor de 8 mil millones de dólares y consumo per capita anual de 23 kg.

Las importaciones estadounidenses de productos del mar crecieron en el período 1995-97, 7% en promedio anual, siendo las preparaciones de mariscos y las de moluscos frescos las que más crecieron, 19 y 12% respectivamente. Por su parte, los pescados secos o salados y los peces vivos son los que menos dinamismo mostraron en las importaciones. Los importadores se concentran en las adquisiciones de crustáceos y filetes de pescado (60% del total).

CARGO DE REFERENCIA

En resumen se puede concluir que el valor de las importaciones japonesas de pescados y mariscos son 12 veces más grandes que la producción mexicana de productos pesqueros, las europeas 11 veces y las estadounidenses 6.5.

Dentro de estos mercados, a excepción de los Estados Unidos, la participación de México es marginal; en Japón, México participa con el 0.1% del total de importaciones de productos pesqueros y en la Unión Europea con el 2.3% de la importaciones extrarregionales, en los Estados Unidos nuestra participación es mayor, alcanzando el 8% del total.

Oportunidades De Negocios

Bancomext tiene identificados nichos en los principales mercados, que representan interesantes oportunidades de negocio para el exportador mexicano.

PRODUCTOS CONSEJERIA	NORTEAMERICA										ASIA					
	ATLANTA	CHICAGO	DALLAS	HOUSTON	LOS ANGELES	MIAMI	SEATTLE	MONTREAL	TORONTO	VANCOUVER	COREA DEL SUR	HONG KONG	JAPON	OSAKA*, JAPON	SINGAPUR	TAIWAN
Pesqueros y acuícolas																
Atún		X			X	X		X		X		X	X			
Peces de ornato						X						X				
Algas						X				X						
Abulón						X		X		X	X				X	X
Calamar					X	X	X	X	X	X	X					X
Camarón	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Concha de mar						X		X		X						X
Langosta	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X				
Pulpo		X			X	X		X	X	X	X	X				X
Sardina	X	X			X	X		X		X	X	X		X	X	X

* Módulo comercial

En el mercado de los Estados Unidos el mayor número de nichos para productos pesqueros se encuentran en Miami, Los Ángeles y Chicago.

En Canadá las regiones de Vancouver y Montreal concentran las

Módulo de Pesca

PRODUCTOS CONSEJERIA	EUROPA										LATINOAMERICA										
	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	HOLANDA	BELGICA	SUECIA	DINAMARCA	NORUEGA	FINLANDIA	ITALIA	REINO UNIDO	COSTA RICA	CUBA	EL SALVADOR*	GUATEMALA	HONDURAS	ARGENTINA	BOLIVIA*	BRASIL	CHILE	VENEZUELA
Pesqueros y acuícolas																					
Abulón			X																		
Atún	X	X	X						X		X	X	X	X	X	X			X	X	X
Calamar		X	X	X	X	X	X	X	X	X							X				
Camarón		X	X	X	X	X	X	X	X	X						X		X		X	
Concha de mar			X																		
Langosta		X	X	X	X	X	X	X	X									X	X		
Pulpo		X																			
Sardina												X	X	X	X				X		X

Módulos comerciales

Los principales mercados en la región asiática son Japón, Corea, Hong Kong, Taiwán, Singapur y Malasia, países que se caracterizan por su alto nivel de consumo de productos del mar, siendo las especies más demandadas calamar, abulón, macarela, erizo, pepino de mar, camarón, langosta, atún, mero, corvina, trucha y sardina.

En Europa los principales mercados son España, Italia y Francia y los productos con mayores posibilidades de son:

- España y Francia: Calamar, atún aleta amarilla, camarón blanco con cabeza y langosta
- Italia: Pulpo congelado y camarón.
- Norte de Europa: Langosta y atún aleta amarilla.

En el caso de Latinoamérica existen nichos para atún y sardina enlatados, destacando los mercados de Brasil, Argentina, Venezuela y Centroamérica.

LINEAMIENTOS DE ESTRATEGIA

El Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., busca incrementar y diversificar las exportaciones con base en un programa de apoyo integral que permita modernizar y capacitar al sector productivo en el desarrollo de sus proyectos de exportación.

Con el propósito de proporcionar una atención especializada con productos y servicios adecuados a sus requerimientos, se identificará a las empresas de acuerdo a su nivel de desarrollo exportador.

Para ello se instrumentarán las siguientes estrategias que permitirán consolidar la participación del sector en los mercados internacionales:

3.1 Desarrollo Empresarial

La difusión de información y la capacitación, son herramientas fundamentales para el desarrollo empresarial. En este sentido, Bancomext pone a disposición de los empresarios del sector, diferentes instrumentos de apoyo que coadyuven a la formación y/c actualización de sus recursos humanos.

Asimismo, Bancomext desarrolla una importante labor de inteligencia comercial, con el propósito de dar a conocer a las empresas las características relevantes de los mercados internacionales de su interés.

3.2 Desarrollo De Oferta Exportable

Con el propósito de atender las exigencias del mercado internacional, Bancomext impulsará la adecuación de la oferta exportable de productos pesqueros mexicanos, ofreciendo a las empresas su Programa de Asistencia Técnica (PAT) a fin de apoyar el cumplimiento de normas, el incremento de la eficiencia de sus procesos y la elevación de la calidad de sus productos, entre otros.

Acciones Específicas

- Promoción de la oferta de servicios de asistencia técnica
- Cumplimiento de normas:
 - Norma Oficial Mexicana 120 y 128
 - HACCP
 - ISO 9000
 - Directiva Unión Europea 493
 - Normas APEC
- Ingeniería de procesos
- Auditorías operativas
- Transferencia de tecnología
- Programa México Exporta : Detección de Necesidades de Apoyo y Asesoría Especializada



**3.3 Desarrollo
De Proveedores**

Bancomext suscribirá convenios con empresas altamente exportadoras competitivas en los mercados internacionales como Ocean Garden para desarrollar proveedores calificados, a los cuales se les proporcionarán servicios de información, capacitación y asesoría, así como créditos para cubrir sus requerimientos de capital de trabajo e inversión fija.

**Acciones
Específicas**

- Programa de Apoyo a Proveedores de empresas comercializadoras consolidadas
- Consolidación de oferta exportable de productores pesqueros

**3.4
Coordinación**

Los lineamientos de estrategia y las acciones específicas que se prevén en este programa se concensarán con las cámaras y asociaciones empresariales del sector pesquero y con las entidades públicas involucradas, con el propósito de que en forma coordinada se lleven a cabo las labores necesarias para lograr los objetivos planteados.

Con lo anterior, se pretende contribuir al desarrollo exportador del sector, a fin de asegurar su éxito y consolidación en los mercados internacionales.

***Servicios
Promocionales***

Bancomext ofrece productos y servicios promocionales que buscan atender las necesidades generales y específicas de las empresas mexicanas interesadas en exportar o que pretenden consolidar o diversificar sus operaciones en el mercado internacional. Atendiendo requerimientos particulares de cada uno de los sectores se cuentan con productos desarrollados con un enfoque sectorial para cubrir los requerimientos de las empresas de cada región. Lo anterior con el propósito de incidir con mayor eficiencia en el desarrollo exportador de los empresarios que se inician o ya participan en el comercio exterior.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

- ✓ Información
- ✓ Asesoría
- ✓ Estudios sectoriales y publicaciones
- ✓ Asistencia Técnica
- ✓ Capacitación
- ✓ Promoción de negocios en el exterior
- ✓ Eventos internacionales en México y en el extranjero
- ✓ Eventos México Exporta

4.1 Información

Contar con la información que responda a las necesidades de las empresas para participar en el mercado nacional e internacional, representa cada vez más una herramienta indispensable de competitividad, por lo que Bancomext pone a disposición del empresario mexicano una amplia gama de productos de información en medios impresos y magnéticos que le permitirán conocer el proceso de exportación, las características de los mercados y los productos y servicios de la Institución, así como difundir la oferta exportable mexicana.

Bancomext ofrece estos servicios a través de:

- ✓ Los Centros Bancomext de la República Mexicana
- ✓ Las Consejerías Comerciales de Bancomext en el exterior
- ✓ Las áreas en México de:
 - Desarrollo Exportador
 - Promoción Externa
 - Promoción Sectorial
- ✓ Vía telefónica en el sistema *Telemarketing*
- ✓ A través de la página de Bancomext en internet (www.bancomext.com.mx)

4.2 Asesoría

El Banco pone a disposición de la comunidad exportadora asesoría especializada para apoyar al empresario en todo el proceso de exportación, en temas como:

- ✓ Regímenes arancelarios de importación y exportación
- ✓ Reglas de origen
- ✓ Normas técnicas y requisitos fitosanitarios
- ✓ Aspectos legales
- ✓ Conciliación, arbitraje y dictámenes jurídicos en comercio exterior
- ✓ Información especializada del sector
- ✓ La identificación de segmentos de mercado en el exterior
- ✓ Selección de canales de distribución



4.3 Estudios y Publicaciones

El Banco lleva a cabo un amplio Programa de Estudios y Publicaciones para fomentar la cultura exportadora, promover la oferta exportable, difundir e informar sobre aspectos técnicos y legales que intervienen en la exportación y dar a conocer a los empresarios nacionales las oportunidades de exportación que existen en diferentes mercados internacionales.

Dentro de los estudios y publicaciones destacan los directorios de exportadores, las guías del exportador, documentos de capacitación, catálogos de productos, perfiles y estudios de mercado, documentos técnicos y estudios específicos para cada sector

Para el año 2000 se tiene programada la realización de los siguientes estudios y publicaciones sobre el sector.

Documentos disponibles en los CSCEX

Producto	Publicación
Atún	Brasil perfil de atún
Camarón	E.E.U.U. perfil de camarón (Los Angeles)
Camarón	Canadá mercado de camarón (Vancouver)
Camarón	E.E.U.U. perfil de camarón (Atlanta)
Camarón	Europa mercado del camarón
Camarón	camarón mexicano: cultivo en granjas
Camarón	Resuelva problemas en el cultivo
Filete de Pescado	Canadá perfil de filete (Toronto)
Ostión	E.E.U.U. perfil de ostión.
Ostiones	Taiwán perfil de ostiones.
Productos Pesqueros	El sector pesquero en México Benelux mercado para prod. pesqueros. Italia mercado de productos pesqueros. Canadá nota técnica de pescados y mariscos (Vancouver) Canadá perfil de pescados y mariscos (Montreal)
Sardina	Canadá perfil de sardina (Toronto)
Sardina	E.E.U.U perfil de sardina (Los Angeles)

Documentos programados para realizarse

Producto	Publicación
Aleta de tiburón	Taiwán, perfil de aleta de tiburón.
Atún enlatado	Colombia, perfil de atún.
Atún	España, perfil de atún.
Atún cong.	Italia, perfil de atún.
Atún	Canadá, perfil de atún (Vancouver).
Langosta	España, mercado de langosta.
Mariscos	Italia, nota técnica de distribución de mariscos.

Boletines de precios

Precios internacionales de camarón, atún, langosta y escama y principales direcciones electrónicas para acceder en línea a información sobre precios internacionales.

Acervo Especializado

Los Centros Bancomext de Culiacán, Tampico, Tijuana, Mérida, Veracruz, Mazatlán, Los Mochis, Campeche, Tepic y Hermosillo cuentan con información especializada sobre el sector pesquero.

En los Centros Bancomext de Tampico, Tijuana, La Paz, Hermosillo, Mazatlán, Los Mochis, Mérida y Campeche se pueden consultar acervos especializados de los Centros de Servicio al Comercio Exterior de las Universidades que tiene convenio con Bancomext.

Directorios

Directorios de importadores de productos pesqueros por bloque: Europa, Norteamérica y Asia.

4.4 Asistencia Técnica

El Programa de Asistencia Técnica busca apoyar a las pequeñas y medianas empresas exportadoras directas e indirectas y potenciales, encauzando recursos técnicos y económicos que permitan mejorar sus procesos productivos y cumplir con las normas y certificaciones requeridas en el mercado internacional, a fin de incrementar la calidad y competitividad de los productos mexicanos.

En este sentido, se considera el apoyo para la mejora de procesos productivos y el cumplimiento de normas y certificaciones internacionales. En lo relativo a la mejora de procesos, se atenderán, entre otros, los siguientes aspectos:

- ✓ Asimilación y/o adaptación de tecnología
- ✓ Mejoras a la distribución de planta
- ✓ Diseño y rediseño del producto y empaque
- ✓ Automatización de procesos
- ✓ Mejora en la operación de los equipos

4.5 Capacitación

Bancomext cuenta con un programa de capacitación que incluye la realización de cursos, seminarios y diplomados que atienden las necesidades de los empresarios mexicanos para participar en el mercado internacional. Asimismo, lleva a cabo seminarios dirigidos a empresarios extranjeros, para dar a conocer las oportunidades que ofrece el mercado mexicano en materia de inversión y desarrollo de proveedores.

Dentro de estos servicios encontramos:

- ✓ Cursos sobre el proceso exportador y las características de los mercados
- ✓ La formación de ejecutivos en proyectos de exportación y especialistas en mercadotecnia internacional
- ✓ Cursos y seminarios del sector en México y en el extranjero
- ✓ Convenios de colaboración con instituciones de educación superior para la estructuración de programas de estudios, formación de instructores y especialistas técnicos y la generación de diplomados conjuntos

A continuación se presentan algunos de los cursos que ofrece la Institución

Liderazgo Empresarial para la Exportación

Contenido:

Qué mueve a la empresa a exportar
Beneficios y retos de la exportación
Requerimientos para exportar y el papel del liderazgo
El proceso de la exportación y sus implicaciones
La estrategia comercial de exportación como parte importante del liderazgo
El empresario como líder de un equipo de trabajo
Liderazgo en acción.

Formación de Especialistas en Información Comercial

Contenido:

Proceso de exportación
Aspectos de mercado
Estrategias de búsqueda y análisis
Presentación de información

Oportunidades Comerciales y de Inversión

Contenido:

Oportunidades en Europa (España, Francia e Italia)
Oportunidades en Asia (Corea y Japón)
Oportunidades en Norteamérica (Estados Unidos)

Iniciación a la Actividad Exportadora

Prepárate para Exportar

Contenido:

Por qué exportar

Importancia de las ventajas y estrategias competitivas en el comercio exterior

Cómo identificar y seleccionar mercados internacionales

El proceso básico de la exportación

Apoyo a los exportadores

Cómo Participar en Ferias y Eventos Internacionales

Contenido:

Estrategias y tácticas para participar en ferias y eventos internacionales

Cómo fijar el precio de exportación

Cómo cotizar internacionalmente

Las cartas de crédito internacionales

La importancia de los contratos internacionales

Cómo negociar internacionalmente

Financiamiento al Comercio Exterior

Contenido:

Esquemas financieros del comercio exterior

Taller de acceso al crédito BANCOMEXT, S.N.C.

Esquemas de financiamiento no tradicionales

**Programa de Asistencia Técnica
y Apoyo Para el Cumplimiento de Normas**

Contenido:

Norma Oficial Mexicana y HACCP

ISO 9000

Directivas Unión Europea

Normas APEC

**4.6 Eventos
Internacionales****Especializados del sector****European Seafood Exposition**
Bruselas, Bélgica
Abril
(Feria tipo "A")**San Francisco Seafood Exposition**
San Francisco, Ca, E.E.U.U.
Noviembre
(Feria tipo "C")**Foodex Japan**
Tokio, Japón
Marzo
(Feria tipo "A")**Boston Seafood Exposition**
Boston, Ma, E.E.U.U.
Marzo
(Feria tipo "C")**Tipos de eventos:**

Las ferias tipo "A" son aquellos eventos en el extranjero en donde Bancomext organiza y apoya la participación de empresas mexicanas dentro de un pabellón nacional. Estas ferias están contempladas dentro del Programa Nacional de Eventos Internacionales (PNEI).

Las de tipo "B" son aquellas donde las cámaras y asociaciones empresariales organizan la participación de empresas mexicanas dentro de un pabellón nacional.

Los eventos tipo "C" son ferias internacionales de reconocido prestigio en las que Bancomext no participa con un pabellón nacional, en las cuales una empresa mexicana desee participar en forma individual. También aquellas ferias en las cuales Bancomext cuenta con un pabellón nacional en las que el número de empresas mexicanas interesadas en participar exceda el cupo del pabellón nacional

Los tipo "D" son aquellos que se realizan en el extranjero en donde Bancomext organiza y apoya la participación de gobiernos de los estados, organismos y entidades para la promoción de inversiones, parques industriales, despachos de abogados, etc., dentro de un pabellón nacional y cuyo principal objetivo es el de captar iniciativas de empresas extranjeras interesadas en invertir en México.

Para mayor información sobre estos y otros eventos internacionales de productos mexicanos, favor de consultar el Programa Nacional de Eventos Internacionales de Bancomext.

