

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**  
**DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

**ECONOMÍA SOLIDARIA Y TRABAJO DIGNO**

**Programa Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales**



**ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara**

**PROYECTO:  
3J02 CEDECOM INTERNACIONAL**

**PAP Programa de desarrollo de estrategias comerciales nacionales e internacionales.**

**EMEX A.C.**

**PRESENTAN**

Programas Educativos y Estudiantes

Licenciatura en Comercio y Negocios Globales: Daniela De Dios Santana

Licenciatura en Comercio y Negocios Globales: Fátima Mendoza Gutiérrez

Licenciatura en Comercio y Negocios Globales: Ana Cecilia Mendez Orozco

Licenciatura en Comercio y Negocios Globales: Alba Regina Casarrubias Barraza

**PROFESOR PAP:**  
Mtra. Montserrat Moncada Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, mayo de 2026

# ÍNDICE

## Contenido

<u>REPORTE PAP</u> .....	2
<u>Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional</u> .....	3
<u>Resumen</u> .....	3
<u>1. Introducción</u> .....	4
<u>OBJETIVO GENERAL</u> .....	4
<u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u> .....	4
<u>2. Desarrollo</u> .....	6
<u>3. Resultados del trabajo profesional</u> .....	13
<u>4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto</u> .....	63
<u>5. Conclusiones</u> .....	73
<u>6. Bibliografía</u> .....	75

# REPORTE PAP

## Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

*Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.*

*A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.*

## Resumen

En el PAP Cedecom Internacional Primavera 2026 se tuvo como objetivo potencializar la comercialización del mango jalisciense en mercados internacionales mediante el diseño e implementación de estrategias orientadas al fortalecimiento comercial de EMEX A.C. El alcance del trabajo comprende la identificación de oportunidades de internacionalización, la gestión de apoyos institucionales, el análisis de mercados estratégicos y el desarrollo de canales de distribución eficientes que permitan ampliar la presencia del producto en el extranjero.

La metodología empleada se fundamenta en investigación documental, análisis de información secundaria, evaluación de programas de apoyo gubernamental y vinculación con organismos nacionales e internacionales. Asimismo, se realizó un análisis estratégico para la selección de mercados con mayor potencial, así como la planeación de participación en ferias internacionales y la estructuración de propuestas comerciales orientadas a la exportación.

Entre los principales resultados, se identificaron mercados clave con alto potencial de demanda, así como diversos programas de apoyo que contribuyen a fortalecer la competitividad de la asociación. De igual manera, se estableció una estrategia de proyección global mediante la participación en ferias internacionales y se definieron canales de distribución enfocados en modelos B2B, con el objetivo de optimizar la comercialización y reducir la dependencia de intermediarios.

En conclusión, el proyecto establece bases estratégicas sólidas para la internacionalización de EMEX A.C., fortaleciendo su posicionamiento competitivo en el mercado global.

## 1. Introducción

### 1.1. Objetivos

#### OBJETIVO GENERAL

Liderar la transición competitiva de EMEX hacia modelos de comercialización directa y tecnificada, mediante la capitalización de fondos institucionales y la ejecución de una estrategia de diplomacia comercial en mercados de alto valor. El plan busca maximizar el margen de utilidad operativa, mitigar riesgos logísticos y consolidar la presencia del mango jalisciense en el ecosistema agroalimentario europeo, con especial énfasis en el mercado alemán.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Completar la identificación y la postulación al 100% de los requisitos para convocatorias de fondos públicos (estatales o federales) entre la semana 5 y la semana 16 del periodo de primavera 2026, con el fin de asegurar subsidios que cubran parte de los gastos de promoción internacional de la temporada.
- Concretar citas de negocios presenciales o virtuales con compradores de alto nivel entre la semana 5 y la semana 16 del periodo de primavera 2026, para asegurar la apertura de al menos una nueva ruta comercial para el mango jalisciense.

- Desarrollar un panel de prospección de socios comerciales B2B potenciales y lograr el inicio de negociaciones formales (envío de cotizaciones o protocolos) con al menos 2 canales de distribución directa antes del cierre de la semana 16 del periodo de primavera 2026, para reducir la dependencia de intermediarios.

## 1.2. Justificación

Este proyecto proporcionó herramientas estratégicas para evolucionar el modelo operativo de EMEX A.C. hacia una estructura de mayor eficiencia. Mediante metodologías de investigación y toma de decisiones, se identificaron factores clave para la generación de valor agregado en los productos promovidos. El impacto social se manifiesta en el fortalecimiento directo de la industria del mango mexicano, impulsando su competitividad en mercados globales, dinamizando la economía rural y promoviendo estándares de sana competencia que benefician a toda la cadena de suministro.

## 1.3 Antecedentes

Estrategia de Proyección Global y Negociación en Foros Internacionales Acorde a lo trabajado anteriormente en el PAP otoño 2025 CEDECOM Internacional, se apoyó en generar un diagnóstico integral de la asociación EMEX A.C, con el objetivo de entender su estructura, capacidades internas y potencial de crecimiento en temas de comercio internacional, como primera etapa, se realizó una estructura organizacional clave, quedando en una estructura circular.

Posteriormente, aplicaron herramientas de diagnóstico empresarial y exportador para evaluar el nivel de preparación de la asociación en áreas como administración, producción, comercialización, finanzas, recursos humanos e innovación, a partir de estos resultados, se identificaron fortalezas importantes a destacar como finanzas, capacidades competitivas y producto y áreas de oportunidad, principalmente en comercialización y estructura administrativa.

Así mismo, se trabajó en la actualización y propuesta de misión, visión y valores organizacionales, los cuales fueron revisados con la dirección de la empresa, además,

desarrollaron fichas técnicas de las principales variedades de mango manejadas por EMEX, en español e inglés, con fines de estandarización y apertura comercial.

En la parte de mercado, realizaron una investigación internacional utilizando una matriz de selección de países con criterios políticos, económicos, legales y comerciales, como resultado, se determinó a Alemania como el mercado más atractivo para la diversificación de exportaciones, finalmente, el proyecto concluyó proponiendo la necesidad de establecer un área comercial formal dentro de la organización para fortalecer su posicionamiento y crecimiento futuro.

#### 1.4. Contexto

Con base en los resultados y avances generados por el proyecto PAP anterior, EMEX A.C. cuenta actualmente con información diagnóstica, técnica y de mercado ya desarrollada, lo que le permite partir de una base estratégica clara, a partir de estos puntos, la asociación se encuentra en una etapa de crecimiento y promoción, orientada a fortalecer su posicionamiento y ampliar su alcance en el mercado.

En esta fase de PAP primavera 2026, la empresa busca impulsar una estrategia de expansión más estructurada, incluyendo la gestión de apoyos gubernamentales que contribuyan a sostener su desarrollo operativo y comercial, asimismo, se plantea como objetivo estratégico posicionar el mango jalisciense en mercados internacionales y ampliar sus canales de distribución, tomando como base los estudios y propuestas generadas previamente.

## 2. Desarrollo

### 2.1. Sustento teórico y metodológico

El fin de este proyecto es poder llevar a cabo el objetivo general, el cuál es potencializar la internacionalización del mango Jalisciense que es el propósito principal de la empresa. Por otro lado, los objetivos específicos son una parte importante para poder desarrollar el proyecto.

Con lo anterior, detectamos los puntos a trabajar en los cuales nos basamos para el desarrollo del proyecto propuesto a EMEX A.C

- **Internacionalización y comercio exterior:**

Fundamenta la inserción de EMEX A.C. en mercados internacionales mediante estrategias de exportación y análisis de oportunidades comerciales.

- **Inteligencia comercial:**

Permite identificar mercados potenciales, analizar la demanda, competencia y tendencias, así como definir canales de distribución y cartera de clientes.

- **Promoción comercial internacional:**

Uso de ferias internacionales como estrategia para generar contactos, posicionar productos y acceder a nuevos mercados.

- **Gestión de apoyos institucionales:**

Importancia de los programas gubernamentales y organismos de apoyo para fortalecer capacidades productivas y facilitar la exportación.

- **Normatividad y certificaciones:**

Considera el cumplimiento de requisitos sanitarios, fitosanitarios y certificaciones necesarias para la exportación de productos agroalimentarios.

Para poder desarrollar lo anterior se tomaron los siguientes saberes académicos aprendidos para llevarlo a la práctica;

- **Promoción Internacional**

En esta materia se nos enseñó a planear y proponer estrategias para que las empresas puedan ingresar sus productos a nuevos mercados, en este proyecto

aplicamos un análisis del entorno internacional para el diseño personalizado de estrategias basándonos en las necesidades y objetivos, donde buscamos concretar vinculaciones adecuadas y guiadas para EMEX A.C.

- **Marco legal de los negocios**

En esta materia su propósito fue darnos una visión general de las necesidades jurídicas y el funcionamiento de aspectos de inversión, con este conocimiento a partir del modelo de negocio consideramos requisitos legales, importancia en el cumplimiento de normativas vigentes. Esto permitió proponer opciones viables y estructuradas para el crecimiento del proyecto.

- **Comunicación Oral y Escrita**

La materia de Comunicación Oral y Escrita nos sirvió para la estructura y presentación profesional del proyecto de internacionalización de EMEX. En un dónde el dominio de la comunicación asertiva permitió redactar reportes ejecutivos precisos para Myrna y diseñar propuestas comerciales capaces de proyectar la calidad de la asociación en mercados extranjeros.

- **Análisis del mercado de consumidores**

Análisis del Mercado de Consumidores aportó la base estratégica necesaria para identificar las oportunidades reales de los productores de mango en el exterior. Gracias a esta asignatura, pudimos segmentar de manera efectiva el perfil del comprador internacional, entendiendo no solo sus necesidades funcionales, sino también sus motivaciones y hábitos de consumo actuales. Este conocimiento fue significativo para justificar el plan de proyección internacional, permitiendo que la estrategia de EMEX se alineara con las tendencias del mercado global y con las exigencias de sostenibilidad y origen que el consumidor moderno demanda hoy en día.

- **Manejo de Información y datos numéricos**

Esta materia fue crucial en la ejecución de este proyecto debido que esta asignatura nos brindó herramientas para aprender a buscar, encontrar y analizar las diferentes fuentes bibliográficas, confirmar su veracidad y en base a estas técnicas pudimos entregar un proyecto organizado y con buenas prácticas de investigación.

- **Inteligencia de Mercado**

La materia de Inteligencia de Mercado fue fundamental para el proyecto ya que nos ayudó a contar con dominio de herramientas de recolección y análisis de tendencias, desarrollamos la habilidad de identificar nichos estratégicos en Alemania y Japón, evaluar clientes potenciales en el extranjero y comprender las exigencias del consumidor internacional. Por tanto, esta asignatura nos permitió transformar la información en una estrategia de comercialización directa viable, minimizando riesgos y leyendo oportunidades reales del mercado global.

- **Logística Internacional**

El aprendizaje en Logística Internacional nos ayudó a entender cómo funciona el proceso de exportación en la práctica, gracias a lo visto, pudimos analizar costos, transporte y rutas, lo que nos permitió cotizar mejor las opciones logísticas para las ferias internacionales y desarrollar una propuesta más completa y realista para EMEX.

- **Plan de exportación e importación**

La materia de plan de exportación e importación nos ayudó a aterrizar mejor el proyecto de EMEX, nos sirvió para investigar el mercado y buscar posibles clientes en Alemania, logrando una propuesta más clara y viable.

## 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

En este apartado se describen las actividades realizadas a lo largo del proyecto, siguiendo el orden establecido en el cronograma de trabajo, se presentan las principales acciones desarrolladas en cada sección, desde el análisis de la empresa hasta la integración de conclusiones y recomendaciones, con el objetivo de dar claridad sobre lo que se llevó a cabo durante el proceso.

## **1. EMPRESA**

Recopilación y organización de la información previa de EMEX A.C., integrando antecedentes, situación actual, estructura organizacional y capacidades internas. Definición del objetivo general y de los objetivos específicos del proyecto.

## **2. GESTIÓN DE FONDOS DE FOMENTO INSTITUCIONAL**

Investigación de programas de apoyo a nivel estatal, nacional e internacional. Selección de los más relevantes y elaboración de tablas comparativas y calendarizaciones de convocatorias.

Realización de acercamientos institucionales mediante correos a organismos como SEDECO, CAMEXA y JETRO. Recopilación y organización de requisitos para la postulación a apoyos.

Diseño de un esquema de seguimiento mediante la elaboración de un expediente base y listas de requisitos para futuras convocatorias.

## **3. ESTRATEGIA DE PROYECCIÓN GLOBAL Y NEGOCIACIÓN EN FOROS INTERNACIONALES**

Desarrollo de un plan de participación en ferias internacionales. Identificación de eventos estratégicos y organización de la información en tablas comparativas y calendarios.

Recopilación de requisitos de participación y estructuración de un análisis de costos asociados, incluyendo logística, transporte, stand y operación.

#### 4. INTELIGENCIA COMERCIAL Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Definición de canales de distribución para EMEX A.C., priorizando el modelo B2B.

Estructuración de una cartera de clientes potenciales internacionales.

Investigación de plataformas de difusión internacional y programas en el extranjero.

Análisis de opciones específicas para Alemania y Japón, integrando certificaciones, requisitos y organismos de apoyo.

- Plan de trabajo

Este cronograma representa la ruta estratégica seguida para cumplir con los objetivos de EMEX en el plazo de 16 semanas. Las tareas se organizaron de manera jerárquica y secuencial para garantizar un flujo de trabajo coherente, desde el acercamiento inicial hasta la entrega final. El esfuerzo y las responsabilidades se distribuyeron equitativamente entre los cuatro integrantes del equipo, manteniendo siempre una dinámica de apoyo mutuo para garantizar que cada fase, se cumpliera en tiempo y forma.

SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Empresa	Acercamiento con la empresa			Antecedentes Objetivos	Apoyos gubernamentales		Acercamiento y requisitos del programa Seguimiento									
Gestión de Fondos de Fomento Institucional Estrategia de Proyección Global y Negociación en Foros Internacionales						Ferias internacionales		Requisitos y Condiciones Determinación de costos								
Inteligencia Comercial y Canales de Distribución											Canales B2B Cartera de clientes Programas en el extranjero					
Conclusiones y Recomendaciones												Conclusiones Recomendaciones				
Reporte PAP															Entrega Final	

Tabla 1 Cronograma

En este proyecto se desglosaron múltiples actividades diseñadas para dar cumplimiento al plan de trabajo. En los siguientes puntos, se describe cada acción conforme a lo previsto, más allá de la ejecución, se detalla el propósito de cada una, justificando su necesidad técnica y su impacto en los resultados finales.

##### 1. Gestión de Fondos de Fomentos Institucionales

- Apoyos Gubernamentales

Este apartado se entregó con el propósito de optimizar la estructura de costos operativos de EMEX. Específicamente, se buscó financiamiento externo para mitigar los riesgos financieros asociados a la apertura de nuevos mercados y la promoción del producto, permitiendo lograr captar recursos nuevos mediante instituciones de gobierno y lograr identificar en estos tiempos las diferentes alternativas estatales y nacionales.

## 2. Estrategia de Proyección Global y Negociación en Foros Internacionales

- Ferias Internacionales

Este apartado se entregó con el propósito de identificar y recomendar las ferias internacionales con mejor compatibilidad para EMEX ya que uno de sus principales objetivos era la promoción internacional, por lo que se entregaron múltiples propuestas de entrada a diferentes eventos afines al giro de la empresa para poder exponer y seguir creciendo en la industria.

## 3. Inteligencia Comercial y Canales de Distribución

- Canales de Distribución

Este apartado se diseñó para transformar el modelo de negocio de EMEX de una comercialización tradicional a una estrategia de integración directa y diversificada.

Su propósito unificado es eliminar la dependencia de intermediarios mediante la conexión directa con nichos de alto valor en el extranjero.

- Cartera de Clientes

Este apartado se desarrolló para ayudar a EMEX a identificar diferentes actores en el extranjero, cómo radican y diferentes giros a los cuales podrían dirigirse, para más adelante poder tener identificado clientes prospectos y así poder ir generando esa comercialización directa hacia actores extranjeros que busca EMEX a futuro.

- Plataformas de difusión Internacional

Este apartado se diseñó para lograr que EMEX genere validación institucional y competitividad global mediante la vinculación con organismos estratégicos. Su propósito es garantizar el acceso a los mercados más exigentes (como el alemán) a través de certificaciones de sostenibilidad, ética e inocuidad, al tiempo que reduce los riesgos de exportación mediante el uso de inteligencia comercial y redes de contacto directo que posicionan al mango de Jalisco como un producto premium, confiable y de alto valor internacional.

- Búsqueda de Programas en el Extranjero (Alemania y Japón)

Este apartado se diseñó para consolidar la entrada de EMEX en dos mercados exigentes y de mayor valor del mundo, Alemania y Japón, estableciendo una ruta general que garantice el camino a la aceptación de estos programas. Su propósito es transformar el cumplimiento normativo en una ventaja competitiva e impulsar a EMEX a ser un socio confiable y estratégico en mercados exigentes a largo plazo.

### 3. Resultados del trabajo profesional

#### 1. Gestión de fondos de fomento institucional

La gestión de apoyos y fondos de fomento institucional representa un pilar estratégico para EMEX A.C. en esta fase de expansión hacia el mercado europeo. Tras haber consolidado la estructura organizacional y seleccionado a Alemania como destino clave, es importante asegurar recursos financieros externos que minimicen el riesgo operativo y potencien las actividades de promoción internacional. Este apartado detalla el proceso de identificación, análisis y postulación a convocatorias estatales y federales diseñadas específicamente para el sector agroalimentario. El objetivo primordial es capitalizar estos apoyos para financiar la proyección comercial y la apertura de canales de distribución directa, garantizando así la competitividad del mango jalisciense frente a estándares globales y optimizando la rentabilidad de la asociación a mediano y largo plazo.

## 1.1 Investigación de apoyos gubernamentales

Este apartado constituye exclusivamente la fase de investigación de los incentivos disponibles en el ecosistema institucional para el ejercicio 2026. Su propósito es identificar los programas que guardan mayor afinidad con las necesidades de EMEX A.C en áreas de sanidad, competitividad y promoción internacional, sin que esto represente aún la ejecución de trámites administrativos. A continuación, se presenta los programas y apoyos encontrados divididos por áreas estatales, nacionales o internacionales:

### **ESTATAL:**

#### **1. “Fondo ASICA para Exportación Sanitaria”**

- Enlace: [https://asica.jalisco.gob.mx/ASICA/publicacion-convocatorias/programa-estatal-de-sanidad-inocuidad-y-calidad-agroalimentaria-ejercicio-2025-\[abierta\]\\_cubos-reciente-1001-2025-03-03-3](https://asica.jalisco.gob.mx/ASICA/publicacion-convocatorias/programa-estatal-de-sanidad-inocuidad-y-calidad-agroalimentaria-ejercicio-2025-[abierta]_cubos-reciente-1001-2025-03-03-3)
- Apoyo económico para capacitación especializada orientada a obtener certificaciones, reconocimientos, acreditaciones o profesionalización del sector en materia de buenas prácticas, de producción o manufactura agroalimentaria y sanidad vegetal

#### **2. "Jalisco Exporta más"**

- Enlace: <https://sedeco.jalisco.gob.mx/programas-y-convocatorias/programas-2025/jalisco-exporta-mas>
- Programa proporcionado por la SEDECO para el apoyo a las empresas para poder subsidiar sus gastos ante cualquier aspecto a la exportación.

#### **3. “Impulso a la Competitividad”**

- Enlace: <https://sedeco.jalisco.gob.mx/programas-y-convocatorias/programas-2025/impulso-a-la-competitividad>
- Programa de apoyo a las empresas para impulsar las prácticas necesarias para su crecimiento y fortalecimiento en la industria

#### 4. “Jalisco Crece”

- Enlace: <https://misprogramas.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Jalisco-Crece-Comercio-Exterior/926/2024>
- El Programa Jalisco Crece Comercio Exterior busca impulsar proyectos que fomenten y promuevan las exportaciones de los productos y/o servicios de las empresas jaliscienses

#### 5. “Jalisco Atrae”

- Enlace: <https://sedeco.jalisco.gob.mx/programas-y-convocatorias/programas-2025/jalisco-atrae>
- El Programa Jalisco Atrae busca acelerar el ritmo de captación de inversión directa en Jalisco mediante el otorgamiento de incentivos económicos a empresas (personas jurídicas nacionales) que cuenten con proyectos de inversión para iniciar o expandir sus actividades económicas en la entidad.

### **NACIONAL:**

#### 1. “Comercio Justo”

- Enlace: [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5777819&fecha=02/01/2026#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5777819&fecha=02/01/2026#gsc.tab=0)
- El apoyo del Programa de Comercio Justo consistirá en un incentivo económico con el fin de impulsar la competitividad de los productores agropecuarios mediante el fortalecimiento de procesos de transformación, conservación, empaque y comercialización.

#### 2. “Programa de Sanidad e Inocuidad Agroalimentaria”

- Enlace: <https://www.gob.mx/senasica/acciones-y-programas/programa-de-sanidad-e-inocuidad-agroalimentaria-194083>
- Programa proporcionado por la SENASICA que busca fortalecer los bienes y servicios públicos en el sector agroalimentario para mejorar su sostenibilidad, equidad y

productividad contando con un presupuesto autorizado por el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el año fiscal 2026.

### **3. “Impulsa tu MIPyME: Formación para el Futuro”**

- Enlace: <https://app.santanderopenacademy.com/es/program/impulsa-tu-mipyme-formacion-para-el-futuro>
- Iniciativa de Grupo Santander y la Secretaría de Economía (SE), cuyo propósito es impulsar el fortalecimiento y crecimiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), así como capacitar a colaboradores para el desarrollo y fortalecimiento de habilidades laborales.

#### ***INTERNACIONAL:***

##### **1. Cámara Japonesa de Comercio e Industria de México, A.C.**

- Enlace: <https://japon.org.mx/es/>
- Organización clave para cualquier empresa mexicana que desee establecer vínculos comerciales sólidos con el mercado japonés. Su función principal es agrupar a empresas japonesas establecidas en México y fomentar el intercambio comercial entre ambas naciones.
- Ubicación: Fujiyama 144, Col. Las Águilas, Del. Álvaro Obregón, C.P. 01710 Cd. de México

##### **2. “Jetro”(Japón)**

- Enlace: <https://www.jetro.go.jp/mexico/faq.html>
- Plataforma que funge como aceleradora, brinda completa asistencia logística al hombre de negocios extranjero en sus primeros pasos para invertir en Japón, al poner a su disposición oficinas e instalaciones completamente equipadas en forma temporal, además de asesoría personalizada sin ningún costo.

### **3. CAMEXA: Cámara Mexicano-Alemana de Comercio e Industria**

- Enlace: <https://mexiko.ahk.de/es/>
- Funciona como el puente estratégico binacional que facilita el intercambio comercial y de inversión entre ambos México y Alemania, operando como un consultor especializado en la internacionalización de empresas.
- Ubicación: Av. Santa Fe 170, Santa Fe, Zedec Sta Fé, Álvaro Obregón, 01210 Ciudad de México, CDMX

#### **1.1.2 Selección y beneficios de los apoyos**

En esta sección se busca tener visualización clara de los once apoyos gubernamentales propuestos para EMEX A.C., donde cinco de ellos se consideran más alineados a las necesidades que se tienen y los objetivos que se buscan.

Así mismo, se encontrará una tabla comparativa de los once apoyos, donde podremos encontrar tres apartados, el primero es el nivel que indica si es a nivel estatal, nacional o internacional, en segundo encontraremos el nombre del apoyo y por último los beneficios que podremos encontrar de cada apoyo, posteriormente se podrá observar un mango como simbología a lado de ciertos programas, esto nos indica los cinco apoyos seleccionados para EMEX A.C.

Posteriormente, se observará una calendarización la cual corresponde a estos cinco apoyos seleccionados, marcando el inicio y fin de un aproximado de las convocatorias abiertas de cada apoyo, encontraremos una simbología específica que refiere a cada uno de estos cinco apoyos.



# Tabla Comparativa

Apoyos gubernamentales

NIVEL	NOMBRE DEL PROGRAMA	BENEFICIOS
ESTATAL	Fondo ASICA para Exportación Sanitaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo económico para capacitación especializada</li> <li>• Obtención de certificaciones y acreditaciones</li> <li>• Profesionalización del sector agroalimentario</li> <li>• Fomento de buenas prácticas de producción y sanidad vegetal</li> </ul>
ESTATAL	Jalisco Exporta Más	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subsidio a gastos relacionados con exportación</li> <li>• Apoyo a empresas para ampliar mercados internacionales</li> <li>• Asesoría en procesos de exportación</li> </ul>
ESTATAL	Impulso a la Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento de prácticas empresariales competitivas</li> <li>• Apoyo para crecimiento y fortalecimiento industrial</li> <li>• Incentivos para innovación y productividad</li> </ul>
ESTATAL	Jalisco Crece	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso a proyectos de exportación</li> <li>• Promoción de productos y servicios jaliscienses</li> <li>• Fortalecimiento del comercio exterior regional</li> </ul>
ESTATAL	Jalisco Atrae	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivos económicos a empresas con proyectos de inversión</li> <li>• Fomento a la expansión de actividades económicas</li> <li>• Aceleración de captación de inversión directa en Jalisco</li> </ul>
NACIONAL	Comercio Justo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivo económico a productores agropecuarios</li> <li>• Fortalecimiento de procesos de transformación y conservación</li> <li>• Mejora en empaque y comercialización</li> <li>• Impulso a la competitividad del sector</li> </ul>
NACIONAL	Programa de Sanidad e Inocuidad Agroalimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento de bienes y servicios públicos agroalimentarios</li> <li>• Mejora de sostenibilidad, equidad y productividad</li> <li>• Apoyo presupuestal federal para sanidad e inocuidad</li> <li>• Promoción de prácticas seguras en producción alimentaria</li> </ul>
NACIONAL	Impulsa tu MIPyME: Formación para el Futuro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación para colaboradores de MIPYMES</li> <li>• Desarrollo de habilidades laborales</li> <li>• Fortalecimiento y crecimiento empresarial</li> <li>• Colaboración entre sector privado y Secretaría de Economía</li> </ul>
INTERNACIONAL	Cámara Japonesa de Comercio e Industria de México, A.C.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento del intercambio comercial México-Japón</li> <li>• Agrupación de empresas japonesas en México- Asesoría para establecer vínculos comerciales</li> <li>• Red de contactos empresariales internacionales</li> <li>• Ubicación: Fujiyama 144, Col. Las Águilas, Álvaro Obregón, CDMX</li> </ul>
INTERNACIONAL	Jetro (Japón)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia logística para inversión en Japón</li> <li>• Aceleración de negocios extranjeros</li> <li>• Oficinas e instalaciones equipadas temporalmente</li> <li>• Asesoría personalizada sin costo</li> <li>• Promoción del comercio bilateral México-Japón</li> </ul>
INTERNACIONAL	CAMEXA: Cámara Mexicano-Alemana de Comercio e Industria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puente estratégico entre México y Alemania</li> <li>• Facilitación del intercambio comercial y de inversión</li> <li>• Consultoría en internacionalización de empresas</li> <li>• Red de contactos binacionales</li> <li>• Ubicación: Av. Santa Fe 170, Álvaro Obregón, CDMX</li> </ul>

Tabla 2 Tabla Comparativa Apoyos Gubernamentales

A continuación, se presenta la calendarización estimada de las convocatorias correspondientes a los cinco programas seleccionados. Este cronograma tiene como propósito ofrecer una visión clara y anticipada de los periodos previstos para la publicación, recepción de propuestas y resolución de cada convocatoria. La información permitirá planificar de manera estratégica las actividades internas y coordinar recursos.



*Ilustración 1 Calendarización Apoyos Gubernamentales*



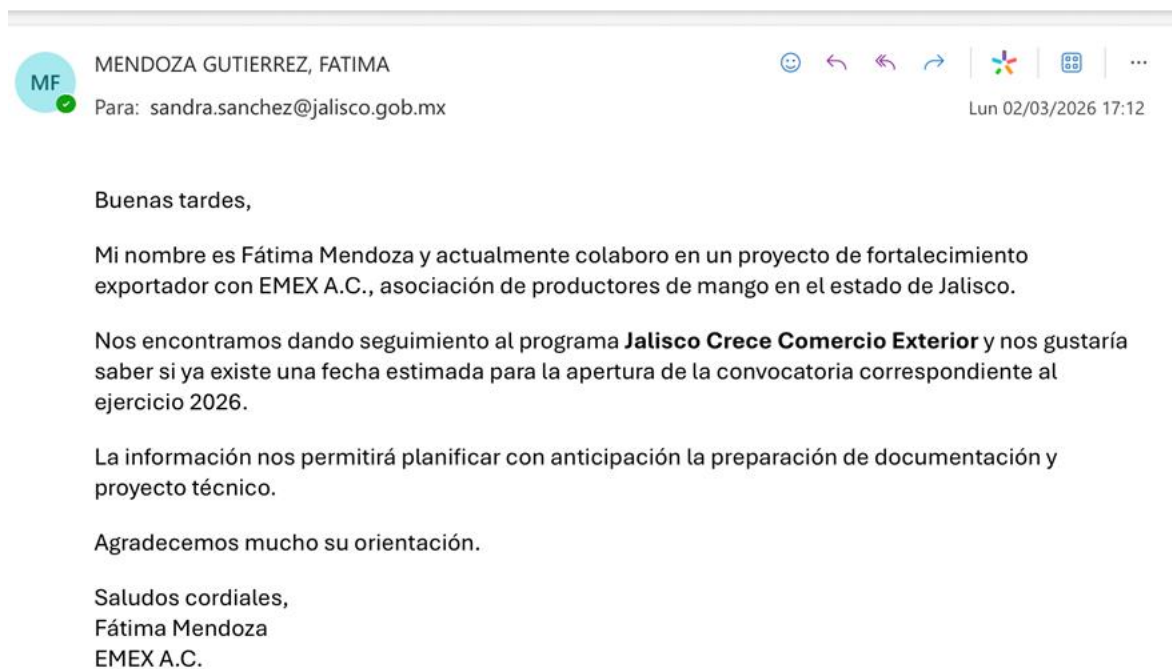
*Ilustración 2 Calendarización Apoyos Gubernamentales*



*Ilustración 3 Calendarización apoyos gubernamentales*

### 1.1.3 Acercamiento a la institución

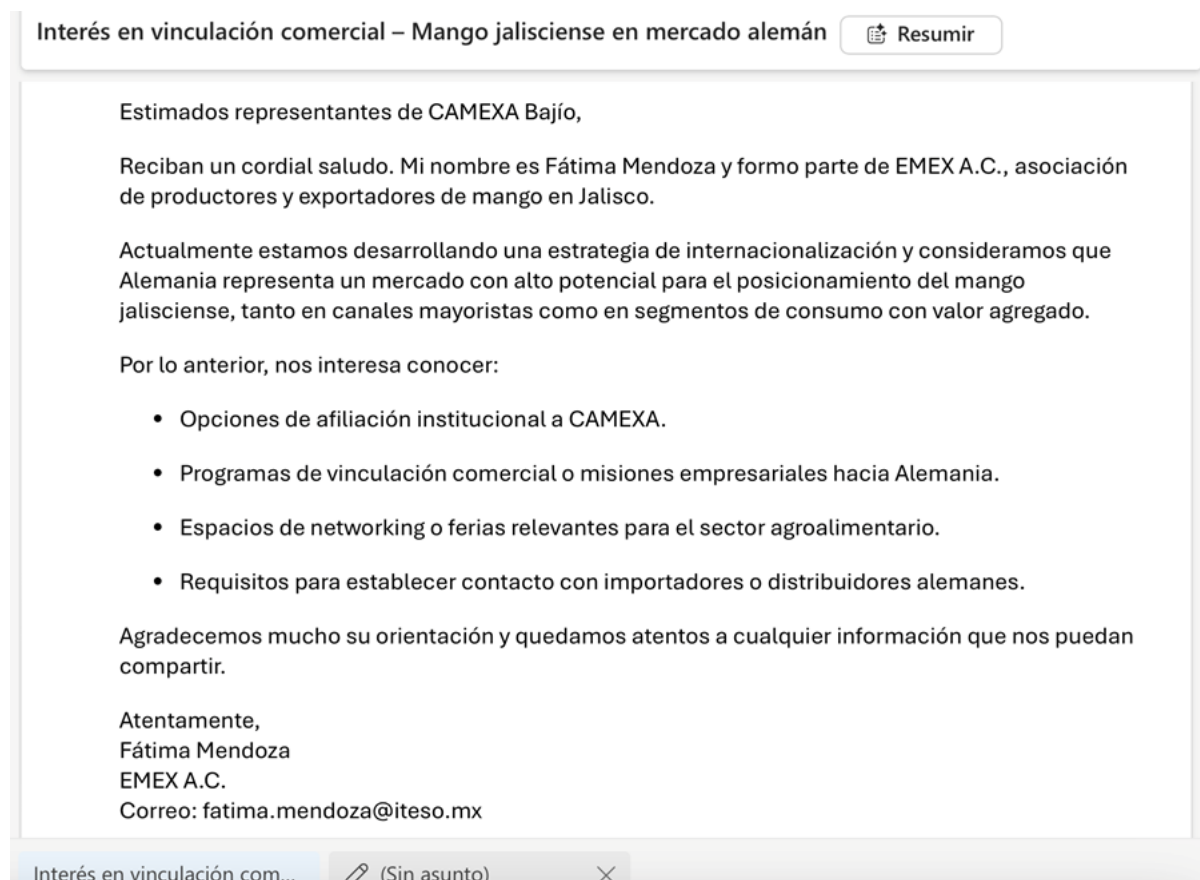
Como parte del acercamiento institucional, se envió correo electrónico a la Dirección General de Comercio Exterior de SEDECO, con el objetivo de solicitar información sobre la fecha estimada de apertura de la convocatoria correspondiente al programa Jalisco Crece Comercio Exterior, a fin de planificar con anticipación la integración del expediente técnico y documental de EMEX A.C.



*Ilustración 4 Envío de correo electrónico para seguimiento institucional con Jalisco Crece Comercio Exterior*

Como parte de la estrategia de internacionalización, se estableció contacto vía correo electrónico con **CAMEXA Bajío** con el objetivo de solicitar información sobre esquemas de afiliación institucional, programas de vinculación comercial, misiones empresariales y

requisitos para establecer contacto con importadores o distribuidores alemanes, considerando a Alemania como mercado estratégico para el posicionamiento del mango jalisciense.



*Ilustración 5 Evidencia de contacto institucional con CAMEXA para vinculación comercial en el mercado alemán*

Se estableció contacto vía correo electrónico con el organismo certificador de Comercio Justo, con el objetivo de solicitar información sobre el proceso de certificación aplicable al sector agroalimentario, como respuesta, se confirmó que la convocatoria vigente para la certificación en Comercio Justo ya se encontraba abierta y se remitió el documento oficial con lineamientos y requisitos para su revisión y análisis por parte de EMEX A.C.



PROGRAMA COMERCIO JUSTO  
ANEXO 3. SOLICITUD DE APOYO  
"APOYOS A INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y VINCULACIÓN COMERCIAL"

Folio: \_\_\_\_\_

1. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE SOLICITANTE

Nombre del Representante: \_\_\_\_\_  
CURP: \_\_\_\_\_  
Dirección (Calle y número): \_\_\_\_\_  
Colonia/Localidad: \_\_\_\_\_ Municipio: \_\_\_\_\_  
Estado: \_\_\_\_\_ C.P.: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Teléfono fijo: \_\_\_\_\_ No. celular: \_\_\_\_\_

2. ACREDITACIÓN DE PROPIEDAD O TIPO DE POSESIÓN:

Es propiedad \_\_\_\_\_ El predio es rentado \_\_\_\_\_ El predio es Ejidal \_\_\_\_\_  
Otro: (especificar) \_\_\_\_\_  
Documento con el que acredita el estatus antes referido (este se deberá adjuntar en copia simple cotejada ante la autoridad ejecutora): \_\_\_\_\_

3. UBICACIÓN DEL PREDIO

Tipo de domicilio: \_\_\_\_\_ Urbano \_\_\_\_\_ Rural \_\_\_\_\_  
Estado: \_\_\_\_\_ Municipio: \_\_\_\_\_ Localidad: \_\_\_\_\_  
Nombre de vialidad o paraje: \_\_\_\_\_  
\*Tipo de asentamiento humano: Colonia ( ) Ejido ( ) Pueblo ( ) Otro ( ) : \_\_\_\_\_  
Georeferencia de ubicación: \_\_\_\_\_

Superficie total de predio (ha): \_\_\_\_\_ Volumen cosechado (ha): \_\_\_\_\_

4. INFORMACIÓN DE LOS CONCEPTOS DE APOYO SOLICITADO

Concepto de apoyo*	Número de socios	Monto solicitado (\$)1
1. Equipamiento de instalaciones para		

*Ilustración 6 Documento oficial de la convocatoria del Programa Comercio Justo para apoyo a infraestructura y vinculación comercial*

Se estableció contacto vía correo electrónico con JETRO, organismo encargado de promover el comercio e inversión entre Japón y otros países, con el objetivo de solicitar información sobre oportunidades de exportación de mango mexicano hacia el mercado japonés.

En el mensaje enviado se solicitó orientación respecto a requisitos de importación, tendencias de consumo en el sector frutícola, posibles importadores, ferias comerciales y esquemas de colaboración que faciliten el acceso al mercado japonés.

Estimado equipo de JETRO,

Mi nombre es **Fátima Mendoza** y represento a EMEX A.C., una asociación de productores y exportadores de mango en México.

Nos encontramos explorando oportunidades de expansión hacia el mercado japonés, por lo que agradeceríamos su orientación respecto a:

- Requisitos de importación para mango fresco en Japón
- Tendencias de consumo en el sector frutícola
- Posibles importadores o distribuidores
- Ferias o eventos comerciales relevantes

Asimismo, nos gustaría saber si existe algún programa de apoyo, esquema de vinculación o mecanismo de colaboración a través de JETRO que facilite el acercamiento comercial con el mercado japonés.


La información será de gran apoyo para evaluar la viabilidad estratégica de este mercado para nuestros productores.

---

*Ilustración 7 . Evidencia de contacto institucional con JETRO para exploración de oportunidades de exportación de mango a Japón*

### 1.1.4 Requisitos y solicitud al programa de apoyo

#### Jalisco Crece




A) Requisitos Jurídicos (Persona Jurídica)

- Acta constitutiva registrada
- Poder vigente del representante legal
- Identificación oficial del representante
- Constancia de situación fiscal actualizada
- Opinión positiva de cumplimiento SAT
- Comprobante de domicilio fiscal en Jalisco
- Cuenta bancaria con CLABE
- Constancia curso Pro Integridad
- Diagnóstico empresarial FOJAL

B) Requisitos Técnicos (Modalidad Promoción y Generación de Demanda)

- Fotografías de instalaciones
- Presentación formal de la oferta exportable (mango)
- Cotización de servicios relacionados al proyecto
- Pedimento de exportación o carta de intención



**JALISCO**  
GOBIERNO DEL ESTADO

#### Comercio Justo



A) Requisitos Jurídicos (Persona Jurídica - Asociación Civil)

- Acta constitutiva registrada de la asociación
- Poder vigente del representante legal
- Identificación oficial del representante legal
- Constancia de situación fiscal actualizada
- Opinión positiva de cumplimiento del SAT
- Comprobante de domicilio fiscal en el estado de Jalisco
- Cuenta bancaria con CLABE a nombre de la asociación
- Registro activo en la plataforma ID Empresa de SEDECO
- Constancia de curso Pro Integridad

B) Requisitos Técnicos (Modalidad Promoción y Generación de Demanda)

- Registro del proyecto en la plataforma correspondiente
- Descripción detallada del proyecto de internacionalización
- Justificación técnica del impacto exportador
- Cotización de servicios vinculados al proyecto (ferias, logística, agenda de negocios, etc.)
- Evidencia de vinculación o intención comercial en mercados internacionales
- Presupuesto detallado del proyecto
- Aportación mínima del 30% del valor total del proyecto
- Proyecto que beneficie al menos a 8 productores miembros de EMEX



**JALISCO**  
GOBIERNO DEL ESTADO

*Ilustración 8 Requisitos y solicitud al programa de apoyo*

## 1.2 Seguimiento

En relación con la sección anterior, se desarrollará una estrategia de anticipación para la convocatoria del año 2027, que en conjunto con la empresa se tomó la decisión de crear un expediente que contendrá la información pertinente sobre el proceso y pasos a seguir para la convocatoria de “Comercio Justo” con la intención de dejar una trazabilidad más clara para EMEX.

Así mismo, tenemos dos ilustraciones a manera de lista que nos da una mejor visibilidad de los requisitos y proceso generales.



*Ilustración 9 Proceso general*

## REQUISITOS PRINCIPALES

- 1. Identificación oficial
- 2. Registro en padrón (AGRICULTURA u otros)
- 3. Cuenta bancaria
- 4. Acreditar propiedad o posesión de tierras
- 5. Cumplir mecánicas operativas

### **Adicional (infraestructura):**

- 1. Figura legal o grupo organizado
- 2. RFC
- 3. Plan de negocio viable
- 4. Cumplimiento ambiental y sanitario

*Ilustración 10 Requisitos generales*

## 2. Estrategia de Proyección Global y Negociación en Foros Internacionales

Se presentará la estrategia mediante la cual EMEX A.C. fortalecerá su presencia internacional mediante la participación estructurada en ferias y foros especializados. La proyección global de la asociación es esencial para ampliar oportunidades comerciales, identificar tendencias del mercado y generar vínculos con actores estratégicos del sector exportador.

El contenido describe el proceso para seleccionar las ferias más relevantes, analizar sus requisitos y estimar los costos de participación, con el fin de asegurar una planeación eficiente y una toma de decisiones informada. Con ello, EMEX A.C. busca optimizar recursos, incrementar su visibilidad internacional y facilitar el acceso de sus empresas afiliadas a nuevos mercados.

## 2.1 Plan de acceso para ferias internacionales

Establecer el procedimiento que permitirá a EMEX A.C. organizar y ejecutar su participación en ferias internacionales de manera estratégica y ordenada. El plan define las etapas clave para evaluar oportunidades, seleccionar eventos alineados con los objetivos de la asociación y preparar los elementos necesarios para una presencia efectiva. A través de este enfoque, se busca asegurar que cada participación genere valor, impulse la visibilidad de EMEX A.C. y facilite la integración de sus empresas afiliadas en mercados globales.

Se participará en ferias que representen alto potencial comercial, visibilidad internacional y alineación con los mercados objetivo del mango Jalisciense. Las ferias propuestas representarán relevancia sectorial, alcance geográfico, perfil de compradores, tendencias de consumo y oportunidades logísticas.

Las ferias consideradas estratégicas para EMEX A.C. son:

### **1. Foodex**

Fecha: 10-13 marzo 2026

Lugar: Tokio, Japón

Plataforma internacional histórica de negocios de alimentos y bebidas en Asia, con más de 3000 marcas globales de 70 países. Ideal para posicionar el mango Jalisciense en mercados asiáticos de alto valor.

Fuente: <https://www.mexicofoodex.com/>

### **2. PMA Annual Convention & Trade Show**

Fecha: 28-29 Abril 2026

Lugar: Metro Toronto Convention Centre, South Building, Toronto, Ontario

Foro especializado en productos frescos que conecta a productores, empacadores e importadores del mercado canadiense. Clave para reforzar la presencia del mango

Jalisciense en Norteamérica. incluyendo productores, empaques, mayoristas, minoristas, importadores y exportadores.

Fuente: [CPMA—CONVENTION +TRADE SHOW TORONTO 2026 - TFO Canada](#)

### **3.Sial Canada**

Fecha: 29 Abril , 1 Mayo 2026

Lugar: Palais des Congr s, Montreal, Quebec

Feria está enfocada en la innovaci3n de la industria agroalimentaria y sus sectores relacionados. Cubre los requisitos específicos de los sectores minorista, de servicios de alimentos y de procesamiento de alimentos; asistencia de más de 800 expositores y marcas de 55 países.

Fuente: <https://sialcanada.com/en/>

### **4.Fruit Attraction**

Fecha: 6-8 de octubre 2026

Lugar: Madrid, España

Herramienta comercial estratégica para la distribuci3n mundial de cara a planificar sus campañas del año siguiente, ya que se celebra en el mes de octubre; un momento comercial clave para la oferta y demanda profesional de frescos; y por su situaci3n geográfica en el sur de Europa, que posiciona estratégicamente a la feria como la puerta de entrada a Europa desde Latinoamérica.

Fuente: <https://www.ifema.es/fruit-attraction>

### **5.Anuga**

Fecha:9-13 de octubre 2027

Lugar: Colonia, Alemania

Considerada la feria líder a nivel mundial en alimentos y bebidas, reuniendo a miles de expositores y compradores del sector. Destaca por su enfoque en innovación, tendencias globales y oportunidades de negocio, integrando 10 ferias especializadas bajo un mismo techo. Es un punto de encuentro clave para fabricantes, distribuidores y profesionales del comercio minorista y de food service.

Fuente: <https://www.anuga.com/>

## **6.Gruene Woche**

Fecha: 15-24 de enero 2027

Lugar: Berlín, Alemania

Una de las ferias más importantes del mundo en los sectores de alimentación, agricultura y horticultura. Se ha consolidado como un evento global que reúne a expositores y visitantes de numerosos países. La feria destaca por su enfoque en sostenibilidad, innovación agroalimentaria y tendencias de consumo, y combina exhibiciones comerciales, foros especializados y actividades culturales.

Fuente: <https://www.gruenewoche.de/en>

## **7.Fruit Logistica**

Fecha: 3-5 de febrero 2027

Lugar: Berlín, Alemania

Feria líder mundial del sector de frutas y hortalizas frescas. Cada año reúne en Berlín a miles de expositores y compradores de más de 90 países, ofreciendo un espacio clave para hacer negocios, conocer tendencias del mercado y explorar innovaciones tecnológicas en toda la cadena de suministro.

Fuente: <https://www.fruitlogistica.com/en>

### 2.1.2 Identificar ferias de interés

Tras concluir la fase de investigación exploratoria sobre el panorama comercial internacional, el presente apartado tiene como objetivo organizar la información y realizar una selección crítica de las ferias que ofrecen las mejores oportunidades de penetración para el mango mexicano en el mercado internacional. El propósito de este punto es filtrar la información recopilada para identificar aquellos eventos que no solo cuenten con relevancia global, sino que se alineen específicamente con la capacidad operativa y los objetivos de internacionalización de EMEX A.C., garantizando que cada opción seleccionada represente una ventaja competitiva real.



## Tabla Comparativa

Ferias Internacionales

UBICACIÓN	NOMBRE DEL PROGRAMA	BENEFICIOS
 Tokio, Japón	Foodex	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acceso a una plataforma histórica con más de 3,000 marcas globales.</li><li>• Posicionamiento directo en mercados asiáticos de alto valor adquisitivo.</li><li>• Exposición ante compradores de más de 70 países diferentes.</li><li>• Oportunidad de establecer contactos en el principal hub de alimentos de Asia.</li></ul>
 Toronto, Ontario	PMA Annual Convention & Trade Show	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conexión directa con la red de importadores y minoristas más grande de Canadá.</li><li>• Fortalecimiento de la presencia logística en el mercado de Norteamérica.</li><li>• Interacción con todos los eslabones de la cadena: desde empacadores hasta mayoristas.</li><li>• Acceso a foros especializados en el manejo y comercialización de productos frescos.</li></ul>
Montreal, Quebec	Sial Canada	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enfoque especializado en la innovación y nuevas tendencias agroalimentarias.</li><li>• Contacto con más de 800 expositores y marcas de 55 naciones.</li><li>• Cobertura de requisitos específicos para el sector de food service y procesamiento.</li></ul>
 Madrid, España	Fruit Attraction	<ul style="list-style-type: none"><li>• Posicionamiento en el sur de Europa como puerta de entrada logística desde Latinoamérica.</li><li>• Todo el evento está diseñado exclusivamente para la oferta y demanda de productos frescos.</li><li>• Facilita negociaciones complejas, contratos legales y el desarrollo de confianza directa debido a que el idioma no es una barrera entre el exportador mexicano y el importador español.</li><li>• Acceso a foros especializados donde se presentan las últimas tecnologías en empaques sostenibles y certificaciones de agua, fundamentales para cumplir con las normas de la UE.</li></ul>
Colonia, Alemania	Anuga	<ul style="list-style-type: none"><li>• Visibilidad en 10 ferias especializadas que cubren todas las ramas del sector alimentos.</li><li>• Oportunidades de negocio en el sector minorista (retail) y de servicios de alimentos.</li><li>• Identificación de tendencias globales y benchmarking competitivo a gran escala.</li></ul>
 Berlín, Alemania	Grune Woche	<ul style="list-style-type: none"><li>• Exposición en uno de los eventos globales más importantes de agricultura y horticultura.</li><li>• Validación de producto bajo estándares de sostenibilidad y tendencias de consumo europeo.</li><li>• Participación en foros especializados sobre innovación agroalimentaria.</li><li>• Vinculación con actividades culturales que facilitan el networking internacional.</li></ul>
 Berlín, Alemania	Fruit Logistica	<ul style="list-style-type: none"><li>• Negociación directa en la feria líder mundial del sector de frutas y hortalizas.</li><li>• Exploración de innovaciones tecnológicas para mejorar la cadena de suministro.</li><li>• Acceso a inteligencia de mercado sobre tendencias globales de empaque y logística.</li><li>• Encuentro con miles de compradores calificados de más de 90 países.</li></ul>

Tabla 3 Tabla Comparativa Ferias Internacionales

Para facilitar la toma de decisiones y la planificación logística, se ha estructurado un cronograma estratégico.

A continuación, se presenta el Calendario Visual de Convocatorias Tentativas 2026-2027, el cual servirá como la hoja de ruta operativa para las gestiones de promoción internacional de la asociación:



*Ilustración 11 Calendarización Ferias Internacionales*



*Ilustración 12 Calendarización Ferias Internacionales*



*Ilustración 13 Calendarización Ferias Internacionales*



Ilustración 14 Calendarización Ferias Internacionales



Ilustración 15 Calendarización Ferias Internacionales



*Ilustración 16 Calendarización Ferias Internacionales*



*Ilustración 17 Calendarización Ferias Internacionales*



Ilustración 18 Calendarización Ferias Internacionales



Ilustración 19 Calendarización Ferias Internacionales



*Ilustración 20 Calendarización Ferias Internacionales*

### 2.1.3 Requisitos y condiciones

La participación en ferias internacionales del sector agroalimentario representa una estrategia fundamental para el posicionamiento de marca y la expansión de mercados. Si bien cada evento cuenta con normativas internas propias, existe un marco de cumplimiento estandarizado que las empresas deben integrar en su planificación operativa.

#### 2.1.3.1 Marco General de Requisitos

Todo expositor debe cumplir con los siguientes estándares operativos para garantizar la viabilidad de su participación:

- **Estatus Legal:** Presentación de documentación corporativa vigente que acredite a la empresa como productor, transformador o comercializador formal.
- **Alineación Comercial:** Validación del catálogo de productos según la especialización temática del evento.

- **Formalización Contractual:** Suscripción del contrato de exhibición y cumplimiento riguroso de los cronogramas de pago establecidos.
- **Normativa Técnica y Seguridad:** Adhesión a los manuales de montaje, que incluyen restricciones de altura, seguridad contra incendios, manipulación de materiales y protocolos de salud ocupacional.
- **Gestión de Seguros:** Contratación de pólizas de responsabilidad civil y coberturas adicionales para logística y montaje.



## Tabla Comparativa

Ferias Internacionales

	FERIA	FOCO DEL PROGRAMA	CONSIDERACIONES ESPECÍFICAS
	<b>Foodex</b> Tokio, Japón	Promoción a la exportación	<ul style="list-style-type: none"><li>• Soporte institucional; requiere registro formal y pago integral.</li></ul>
	<b>PMA Annual Convention &amp; Trade Show</b> Toronto, Ontario	Productos Frescos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Exige cumplimiento estricto de horarios de carga, seguro y normas de altura del stand</li></ul>
	<b>Sial Canada</b> Montreal, Quebec	Innovación alimentaria	<ul style="list-style-type: none"><li>• Requiere completar formularios de salud (Toronto Public Health) si distribuyes alimentos.</li></ul>
	<b>Fruit Attraction</b> Madrid, España	Frutas y hortalizas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prohibidas agrupaciones sin vinculación societaria. Múltiplos de 4 m<sup>2</sup> para los espacios. Normativa estricta de catering/comida en stand.</li></ul>
	<b>Anuga</b> Colonia, Alemania	Alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Solo admite fabricantes o sus representantes directos. Los productos deben estar en la lista de categorías permitidas.</li></ul>
	<b>Grüne Woche</b> Berlín, Alemania	Agroindustria y jardinería	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prohibido el uso de fuego abierto/gas. Requiere licencias si hay música o eventos.</li></ul>
	<b>Fruit Logistica</b> Berlín, Alemania	Logística y productos frescos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aprobación técnica obligatoria para estructuras complejas y diseños de alta carga.</li></ul>

Tabla 4 Tabla Comparativa Requisitos Ferias Internacionales

#### 2.1.4 Determinación de costos asociados a la participación

La participación en ferias internacionales representa una herramienta estratégica clave para la proyección global de EMEX A.C.; sin embargo, implica una inversión económica significativa que debe ser analizada de manera estructurada, en este apartado se identifican y segmentan los principales costos asociados a la participación en las ferias internacionales, con el objetivo de dimensionar los recursos necesarios y facilitar la toma de decisiones para la internacionalización del mango jalisciense.

Para el caso de la feria **FOODEX JAPAN**, se consideran los siguientes costos asociados a la participación internacional, tomando en cuenta el esquema de participación a través del Pabellón de México y los gastos necesarios para la operación durante el evento.



## Tabla Comparativa

FOODEX JAPAN

RUBRO	CONCEPTO	COSTO ESTIMADO (USD)
Espacio y stand	Participación en Pabellón de México (incluye stand, diseño, mobiliario, intérprete, traducción, networking)	• \$6,000 – \$10,000
Logística y transporte	Envío internacional de muestras (México-Japón) Manejo y logística en destino	• \$2,000 – \$4,000 • \$500 – \$1,500
Personal y viajes	Vuelos (2 personas) Hospedaje (5 días) Alimentación y transporte local	• \$2,400 – \$3,600 • \$1,200 – \$2,500 • \$600 – \$1,200
Marketing y promoción	Folletos, catálogos y material gráfico	• \$400 – \$1,100
Gastos operativos	Wi-Fi, electricidad, limpieza, extras	• \$200 – \$600
TOTAL ESTIMADO		• \$20,500 USD

Tabla 5 Tabla comparativa FOODEX JAPAN

Para el caso de la feria **CPMA Convention & Trade Show** en Toronto, se consideran los costos asociados a la participación en un evento especializado en productos frescos dentro del mercado norteamericano, esta feria representa una oportunidad estratégica para fortalecer la presencia de EMEX A.C. en Canadá, uno de los principales socios comerciales de México



## Tabla Comparativa

CPMA Convention & Trade Show

RUBRO	CONCEPTO	COSTO ESTIMADO (USD)
Espacio y stand	Renta de booth en feria + montaje básico	• \$3,000 – \$7,000
Logística y transporte	Envío de muestras México–Canadá + manejo	• \$1,000 – \$2,500
Personal y viajes	Vuelo/Vuelos (2 personas) Hospedaje (4–5 días) Alimentación y transporte local	• \$800 – \$1,800 • \$800 – \$2,000 • \$400 – \$800
Marketing y promoción	Folletos, catálogos y material gráfico	• \$300 – \$900
Gastos operativos	Wi-Fi, electricidad, limpieza, extras	• \$200 – \$600
TOTAL ESTIMADO		• \$20,500 USD

Tabla 6 Tabla comparativa CPMA

Para la **feria Fruit Attraction en Madrid**, se consideran los costos asociados a la participación en un evento internacional del sector agroalimentario en Europa, esta feria implica una mayor inversión debido a los costos de transporte intercontinental, montaje del stand y estancia del personal; sin embargo, ofrece acceso a un mercado altamente competitivo y especializado en frutas y hortalizas.




## Tabla Comparativa




Fruit Attraction en Madrid


RUBRO	CONCEPTO	COSTO ESTIMADO (USD)
Espacio y stand	Renta de stand (IFEMA) + montaje básico	• \$7,000 – \$14,000
Logística y transporte	Envío de producto México-España	• \$3,500 – \$8,000
Personal y viajes	Vuelos (2 personas) Hospedaje (4-5 días) Alimentación y transporte local	• \$2,000 – \$3,500 • \$1,200 – \$3,000 • \$600 – \$1,200
Marketing y promoción	Folletos, catálogos y material gráfico	• \$500 – \$1,500
Gastos operativos	Wi-Fi, electricidad, limpieza, extras	• \$300 – \$900
<b>TOTAL ESTIMADO</b>		• \$32,100 USD

Para la feria **Grüne Woche** en Berlín, se consideran los costos asociados a la participación en un evento internacional enfocado en el sector agroalimentario, agrícola y forestal, esta feria destaca por su enfoque en innovación, sostenibilidad y diversidad alimentaria, así como por reunir empresas y compradores internacionales, la participación implica costos

relevantes en renta de espacio, logística internacional y operación del stand, pero ofrece una plataforma clave para posicionar productos en el mercado europeo.

 **Tabla Comparativa** Grüne Woche

RUBRO	CONCEPTO	COSTO ESTIMADO (USD)
 Espacio y stand	Renta de stand (=174–226 €/m <sup>2</sup> ) + montaje	• \$6,500 – \$13,000
 Logística y transporte	Envío México–Alemania	• \$3,500 – \$8,000
Personal y viajes	Vuelos (2 personas) Hospedaje (4–5 días) Alimentación y transporte local	• \$2,000 – \$3,500 • \$1,500 – \$3,500 • \$700 – \$1,400
 Marketing y promoción	Folletos, catálogos y material gráfico	• \$500 – \$1,500
Gastos operativos	Wi-Fi, electricidad, limpieza, extras	• \$400 – \$1,200
<b>TOTAL ESTIMADO</b>		• \$32,100 USD



Para la feria **Fruit Logistica** en Berlín, se consideran los costos de participación en uno de los eventos más importantes del sector de frutas y hortalizas a nivel mundial, los precios del stand se determinan por metro cuadrado, variando según el tipo de ubicación (fila, esquina, isla), además de incluir costos obligatorios como el paquete de medios (media package) y cuotas adicionales.

 <b>Tabla Comparativa</b>		Fruit Logistica
RUBRO	CONCEPTO	COSTO ESTIMADO (USD)
 <b>Espacio y stand</b>	Renta (≈221–264 €/m <sup>2</sup> x 20 m <sup>2</sup> )  Montaje de stand Media Package obligatorio AUMA (0.60 €/m <sup>2</sup> ) \$15 – \$20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$5,000 – \$6,500</li> <li>• \$2,000 – \$5,000</li> <li>• \$600 – \$700</li> <li>• \$15 – \$20</li> </ul>
 <b>Logística y transporte</b>	Envío México–Alemania	• \$3,500 – \$8,000
<b>Personal y viajes</b>	Vuelos (2 personas) Hospedaje (4–5 días) Alimentación y transporte local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$2,000 – \$3,500</li> <li>• \$1,500 – \$3,500</li> <li>• \$700 – \$1,400</li> </ul>
 <b>Marketing y promoción</b>	Folletos, catálogos y material gráfico	• \$500 – \$1,500
<b>Gastos operativos</b>	Wi-Fi, electricidad, limpieza, extras	• \$400 – \$1,200
<b>TOTAL ESTIMADO</b>		• \$31,800 USD

### 3. Inteligencia Comercial y Canales de Distribución

La sección de Inteligencia Comercial y Canales de Distribución establece la estrategia para posicionar el mango jalisciense de EMEX en los mercados globales más rentables. El enfoque integra el diseño de rutas logísticas directas y la consolidación de una cartera de clientes de alto valor, con el fin de maximizar el margen de contribución y el control operativo. Para dar soporte a esta expansión, se utiliza el uso de plataformas de difusión internacional y la búsqueda activa de programas en el extranjero, asegurando que la oferta exportable cuente con el respaldo institucional y las herramientas de promoción necesarias para garantizar una penetración de mercado sostenible y competitivo.

#### 3.1 Definir canales de distribución

La estrategia de Canales de Distribución para EMEX se enfoca en transformar la comercialización del mango jalisciense en un modelo de alta rentabilidad y control operativo. El objetivo central es la transición hacia canales B2B directos que conecten de manera inmediata con importadores y minoristas especializados, eliminando intermediarios que diluyen el margen de contribución. Para lograrlo, se integra la vinculación con organismos internacionales como un motor estratégico para validar la oferta exportable y acceder preferentemente a redes de consumo de alto valor, asegurando una presencia competitiva, sostenible y alineada con los objetivos de expansión global de la organización.

#### **Canales B2B**

##### **1. Industria de Cuarta Gama (Fresh-Cut)**

Son empresas que compran el mango para procesarlo y venderlo listo para consumir. Es un canal de alta rotación en EE. UU. y Europa.

- **Procesadores de Fruta Cortada:** Empresas que empacan fruta en vasos o bandejas para tiendas de conveniencia.

##### **2. Sector HORECA de Especialidad (Food Service)**

Este canal valora la consistencia y el sabor superior para sus preparaciones culinarias.

- **Cadenas de Hotelería y Cruceros:** Compradores de alto volumen que requieren contratos de suministro estables durante la temporada de primavera-verano.
- **Comisariatos de Restaurantes de Sushi y Poke:** El mango es un insumo crítico para el sector de comida asiática y saludable.
- **Catering de Eventos y Convenciones:** Empresas que gestionan la alimentación en foros masivos y requieren fruta premium para sus presentaciones.

### 3. Canal Industrial de Ingredientes (Procesados)

- **Fabricantes de Purés y Concentrados:** Empresas que utilizan el mango como base para jugos, néctares o rellenos de repostería.
- **Plantas de Deshidratado y Liofilizado:** Compradores B2B que transforman el mango fresco en "snacks" secos o polvo de fruta para exportación.
- **Industria de Heladerías y Yogurt Artesanal:** Pequeñas y medianas cadenas regionales que buscan pulpa de mango natural de origen certificado (**Jalisco**).

### 4. Alianzas Inter-Empacadoras y Re-packers

- **Co-Packing y Re-empaque en Destino:** Venta a granel a empacadoras ubicadas en puntos estratégicos.
- **Empacadoras de Valor Agregado:** Empresas especializadas que adquieren el fruto entero para transformarlo en productos listos para el consumo.
- **Suministro por Temporada:** Alianzas con empacadoras en regiones donde la cosecha ya terminó o aún no empieza

## Vinculaciones y Programas Internacionales

### 1. National Mango Board (NMB) - Enfoque EE. UU. [\[1\]](#)

La NMB es un programa de Investigación y Promoción supervisado por el USDA (United States Department of Agriculture). Su objetivo es que el mango deje de ser visto como "exótico" y se convierta en un producto básico diario.

- **Segmento Foodservice (Fuera de Supermercados):** La NMB tiene un área dedicada exclusivamente a chefs y gestores de menús. Ofrecen programas de "Mango University" y recursos culinarios para que restaurantes y hoteles incluyan el mango en platillos salados, bebidas y postres.
- **Inteligencia de Datos:** Publican informes semanales de embarques y volúmenes de importación. Esto permite predecir cuándo hay "ventanas de oportunidad" (escasez de otros países) para el mango de Jalisco.
- **Investigación en Nutrición y Poscosecha:** Financian estudios sobre los beneficios a la salud y técnicas para alargar la vida de anaquel.

## 2. CBI (Países Bajos) - Enfoque Unión Europea[2]

El CBI es parte del Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países Bajos. Su misión es ayudar a los exportadores de países en desarrollo a entrar al mercado europeo de manera sostenible.

- **Estudios de Mercado "Nicho":** El CBI publica guías específicas sobre cómo exportar mango fresco y procesado (congelado, puré o deshidratado) a Europa.
- **Requisitos de Sostenibilidad:** Te preparan para cumplir con el Pacto Verde Europeo y las certificaciones sociales (Fair Trade) o ambientales (GlobalGAP), que son obligatorias para entrar en canales premium y gourmet en Alemania, Holanda y Francia.
- **Matchmaking y Coaching:** Tienen proyectos de acompañamiento donde seleccionan empresas exportadoras para llevarlas a ferias como Fruit Logistica en Berlín y conectarlas directamente con importadores que buscan proveedores éticos y de alta calidad.



**Tabla Comparativa Programas Internacionales**

CARACTERÍSTICA	NATIONAL MANGO BOARD (NMB)	CBI (PAÍSES BAJOS)
Mercado Meta	Estados Unidos	Unión Europea
Valor para EMEX	Aumento de consumo y datos logísticos	Adaptación a normas técnicas y sostenibilidad.
Canal Clave	Foodservice, industria y retail masivo.	Nichos gourmet, orgánicos y comercio justo.
Acceso a Datos	Tendencias de sabor y volúmenes semanales.	Requisitos legales, pesticidas y empaque.

Tabla 7 Tabla comparativa programas internacionales

### 3.1.2 Cartera de clientes

Para la expansión de EMEX, se ha estructurado una red de clientes potenciales alineados con los canales de distribución fijados en el apartado 3.1. El siguiente listado detalla actores comerciales con alta capacidad logística y solidez en el mercado destino, facilitando una inserción competitiva en la cadena de valor internacional.

#### **1. Industria de Cuarta Gama (Fresh-Cut)**

*Empresas líderes que transforman el fruto en productos listos para consumir.*

- **Taylor Farms (EE. UU.):** El procesador de ensaladas y frutas cortadas más grande de Norteamérica. Proveen a Walmart, Costco y cadenas de comida rápida.
  - Fuente: <https://taylorfarms.mx/nuestra-historia/>
- **Hessing Supervers (Países Bajos / Alemania):** Gigante europeo que procesa miles de toneladas de fruta semanalmente para los principales supermercados de Alemania (Lidl, Aldi).
  - Fuente: <https://hessingsupervers.nl/>
- **Gartenfrisch Jung (Alemania):** Es el líder en el mercado alemán de productos listos para consumir.
  - Fuente: <https://www.gartenfrisch.de/>

#### **2. Sector HORECA de Especialidad (Food Service)**

*Proveedores que abastecen a la industria de la hospitalidad y gastronomía premium.*

- **Sysco & US Foods (EE.UU.):** Los distribuidores más grandes de *food service* que conectan directamente con cadenas de hoteles y restaurantes.
  - Fuente: <https://www.sysco.com/>
- **Baldor Specialty Foods (Bronx, NY):** Es el distribuidor más importante de productos de especialidad en el noreste de EE. UU.
  - Fuente: <https://www.baldorfood.com/>

#### **3. Canal Industrial de Ingredientes (Procesados)**

*Empresas que transforman la fruta en derivados industriales.*

- **Döhler (Alemania):** Esta empresa tiene oficinas en México y es el comprador global de referencia para purés y concentrados.
  - Fuente: <https://www.doehler.com/es/>
- **Kerr by Ingredion (EE. UU.):** Especialistas en concentrados de fruta para la industria de bebidas saludables y snacks.
  - Fuente: <https://www.kerrbyingredion.com/na/kerr/working-together>

#### **4. Alianzas Inter-Empacadoras y Re-packers (Logística de Valor)**

*Socios estratégicos para el cruce de frontera y distribución final.*

- **Amazon Produce Network (Nueva Jersey / McAllen, TX):** Es uno de los importadores de mango más grandes de EE. UU.
  - Fuente: <https://amazonprod.com/>
- **Courchesne Larose (Montreal, Canadá):** Importador líder en Quebec. Tienen una red logística impresionante y son un contacto ideal para entrar al mercado francocanadiense, que tiene una alta demanda de mango de calidad.
  - Fuente: <https://amazonprod.com/>
- **Minor, Weir & Willis (MWW) – Reino Unido:** Es uno de los mayores especialistas en el Reino Unido dedicados exclusivamente a la gestión de frutas exóticas.
  - Fuente: <https://www.mww.co.uk/>



## Tabla Comparativa

Cartera de clientes

ACTORES	NOMBRE DEL PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
Industria de Cuarta Gama (Fresh-Cut)	<b>Taylor Farms (EE. UU.)</b>  <a href="https://taylorfarms.mx/">https://taylorfarms.mx/</a>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es el procesador de hortalizas y frutas cortadas más grande de Norteamérica, con una red de distribución masiva que incluye a los principales retailers y cadenas de comida rápida.</li><li>• Ofrece una de las mayores capacidades de absorción de volumen en el mercado y mantiene contratos de suministro de largo plazo que brindan estabilidad financiera.</li></ul>
Industria de Cuarta Gama (Fresh-Cut)	<b>Hessing Supervers (Países Bajos / Alemania)</b>  <a href="https://hessingsupervers.nl/">https://hessingsupervers.nl/</a>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Líder europeo en productos de conveniencia con plantas de procesamiento automatizadas de alta tecnología situadas cerca de los principales puertos de entrada de la UE.</li><li>• Cuenta con infraestructura especializada en maduración de precisión y es el proveedor principal de las grandes cadenas de supermercados en el norte de Europa.</li></ul>
Industria de Cuarta Gama (Fresh-Cut)	<b>Gartenfrisch Jung (Alemania)</b>  <a href="https://www.gartenfrisch.de/">https://www.gartenfrisch.de/</a>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Procesador alemán especializado en el segmento premium de productos de conveniencia, con un control riguroso sobre los límites máximos de residuos (LMR).</li><li>• Se dirige a un consumidor con alto poder adquisitivo que prioriza la calidad organoléptica y el cumplimiento de normativas europeas estrictas.</li></ul>

Tabla 8 Tabla comparativa cartera de clientes

### 3.2 Plataformas de difusión Internacional

En el caso de EMEX A.C., identificar este tipo de apoyos es importante, ya que pueden abrir oportunidades para fortalecer su estrategia de exportación, dar mayor visibilidad a su producto y establecer contacto con posibles compradores internacionales, asimismo, estos organismos pueden brindar información, acompañamiento y recursos que ayuden a mejorar su posicionamiento competitivo.

En este apartado se realizará una búsqueda de plataformas y organismos internacionales que ofrezcan apoyo a empresas mexicanas en su proceso de internacionalización, con el objetivo de reconocer aquellas opciones que resulten más adecuadas para EMEX A.C.

## **1. Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI)**

**Enlace:** <https://www.cbi.eu/>

**Tipo de apoyo:** Programas de capacitación, acompañamiento técnico y vinculación comercial con el mercado europeo.

Organismo del gobierno de los Países Bajos que ofrece programas dirigidos a empresas de países en desarrollo para fortalecer su capacidad exportadora y facilitar su acceso al mercado europeo, estos programas incluyen asesoría especializada, cumplimiento de estándares internacionales y conexión con compradores.

**Aplicación para EMEX A.C.:**

El CBI representa una de las opciones más adecuadas para EMEX A.C., ya que permite a asociaciones agroexportadoras prepararse para ingresar al mercado europeo, a través de sus programas, EMEX podría mejorar la calidad de su oferta exportable de mango, cumplir con requisitos técnicos y establecer vínculos comerciales con importadores europeos.

## **2. QS / QS-GAP (Qualität und Sicherheit)**

**Enlace:** <https://q-s.de/becoming-scheme-participant/becoming-a-scheme-participant.html#fruit-vegetables-potatoes>

**Tipo de apoyo:** Certificación en inocuidad, trazabilidad y calidad alimentaria para acceso al mercado alemán.

Sistema alemán de aseguramiento de calidad que regula la producción, procesamiento y comercialización de alimentos bajo estándares estrictos, QS es uno de los esquemas más utilizados por supermercados y distribuidores en Alemania, especialmente en el sector de frutas y hortalizas.

**Aplicación para EMEX A.C.:**

La certificación QS / QS-GAP permitiría a EMEX cumplir con los requisitos específicos del mercado alemán, facilitando el acceso a compradores y cadenas de distribución en dicho

país, además, fortalecería la trazabilidad y control de calidad del mango, generando mayor confianza en importadores y mejorando su posicionamiento competitivo en Alemania.

### **3. Fairtrade International**

**Enlace:** <https://www.fairtrade.net/>

**Tipo de apoyo:** Certificación internacional y acceso a mercados de comercio justo.

Organización que promueve condiciones comerciales más equitativas para productores, otorgando certificaciones que permiten acceder a mercados internacionales con valor agregado y mejores condiciones de negociación.

#### **Aplicación para EMEX A.C.:**

Al tratarse de una asociación de productores, EMEX puede beneficiarse de esta certificación al posicionar su mango como un producto de comercio justo, lo que le permitiría acceder a nichos de mercado en Europa dispuestos a pagar un precio superior por productos con impacto social.

### **4. Rainforest Alliance**

**Enlace:** <https://www.rainforest-alliance.org/>

**Tipo de apoyo:** Certificación en sostenibilidad y buenas prácticas ambientales.

Organización internacional que certifica productos agrícolas bajo estándares de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social, cada vez más exigidos en mercados internacionales.

#### **Aplicación para EMEX A.C.:**

La certificación Rainforest Alliance permitiría a EMEX cumplir con requisitos ambientales, mejorar su posicionamiento en mercados internacionales y diferenciar su producto frente a competidores, especialmente en Europa.

### **5. International Trade Centre (ITC)**

**Enlace:** <https://www.intracen.org/>

**Tipo de apoyo:** Capacitación, herramientas de inteligencia comercial y fortalecimiento exportador.

Organismo internacional que brinda apoyo a pequeñas y medianas empresas y asociaciones mediante herramientas, programas y asesoría para mejorar su desempeño en el comercio internacional.

**Aplicación para EMEX A.C.:**

El ITC permite a EMEX acceder a información estratégica sobre mercados, identificar oportunidades de exportación de mango y fortalecer su capacidad comercial, facilitando la toma de decisiones en su proceso de internacionalización

## **6. International Fresh Produce Association (IFPA)**

**Enlace:** <https://www.freshproduce.com/>

**Tipo de apoyo:** Red internacional de vinculación comercial en el sector agroalimentario.

Asociación global que integra a productores, distribuidores, importadores y minoristas del sector de frutas y hortalizas, facilitando el networking y la generación de oportunidades comerciales.

**Aplicación para EMEX A.C.:**

La participación en IFPA permitiría a EMEX establecer contacto directo con compradores internacionales, participar en ferias especializadas y posicionar su producto dentro de la cadena global de valor del sector agroalimentario

### **3.2.1 Búsqueda de programas en el extranjero**

Tras el análisis de las plataformas de difusión Internacional, es importante que EMEX A.C. priorice una plataforma que no solo brinde visibilidad, sino que dote a la asociación de herramientas de inteligencia comercial basadas en datos duros. En un entorno global donde

es alta la competencia por el mercado del mango, la elección del programa debe responder a la necesidad de profesionalizar la toma de decisiones, optimizar la búsqueda de socios B2B y garantizar que la incursión en nuevos mercados se realice con un conocimiento profundo de precios, aranceles y flujos de suministro competidores.

**Selección: International Trade Centre (ITC)** Se determina que el **International Trade Centre (ITC)** es el organismo estratégico para liderar el proceso de internacionalización de EMEX durante el presente ciclo operativo.

### **Justificación de la Elección**

1. **Capacidad de Inteligencia Comercial Predictiva:** A diferencia de las certificaciones que actúan como requisitos de entrada, el ITC ofrece a través de herramientas como *Trade Map* y *Market Access Map*, la capacidad de identificar flujos comerciales en tiempo real. Esto permite a EMEX localizar nichos de mercado con demanda insatisfecha, evitando la saturación en destinos tradicionales y buscando mejores márgenes de utilidad.
2. **Optimización de la Cartera de Clientes B2B:** El ITC facilita la identificación de perfiles de importadores y empresas mayoristas a nivel global. Para EMEX, esto significa pasar de una búsqueda a una prospección activa y segmentada, permitiendo establecer contacto directo con tomadores de decisiones en sectores industriales y de servicios alimenticios en Europa, Asia y Norteamérica.
3. **Reducción de Riesgos Operativos y Arancelarios:** Al proporcionar información detallada sobre medidas no arancelarias y requisitos técnicos de cada país, el programa del ITC permite a la asociación anticipar barreras comerciales. Esto es vital para las semanas de ejecución logística, asegurando que el mango jalisciense cumpla con las normativas de sanidad y etiquetado antes de que el producto salga de la empacadora, minimizando rechazos y costos extraordinarios.

### 3.2.2 Alemania

Alemania fue identificada en el PAP previamente trabajado como el mercado con mayor potencial para EMEX A.C. debido a su sólida economía y su papel como el principal centro logístico de frutas frescas en Europa. Su alto consumo de mango y la preferencia por productos con certificaciones de calidad lo convierten en un destino prioritario para la exportación directa.

Para facilitar esta expansión, el mercado alemán ofrece diversos programas y plataformas de vinculación internacional y cámaras de comercio especializadas. Estas herramientas permiten a las empresas mexicanas superar barreras regulatorias y conectar con redes de distribución de alto valor.

En este apartado, se detalla un programa estratégico identificado en el país alemán para fortalecer la competitividad de EMEX y asegurar una entrada eficiente al mercado.

#### **QS / QS-GAP (Qualität und Sicherheit)**

Es una variante que combina los requisitos de Global G.A.P. con criterios específicos del sistema alemán QS. Este programa se identificó por el potencial del mercado y de la conexión que existe con Global G.A.P para complementar conforme al país destino y dar la confianza que el consumidor necesita a través de prácticas confiables y mejora continua para el producto final, se recomienda indagar en este esquema para lograr este valor agregado en el mercado alemán, igualmente recalcar el hecho de contar con Global G.A.P ayuda en el proceso de entrada.

Por tanto, se explica los pasos y requisitos generales a seguir para postularse a este esquema que genera valor en un país extranjero.

Basado en la siguiente guía de aplicación extraída de la página de QS: [https://q-s.de/cms/modules/channels/gui/channel\\_search\\_handler.php?attachments=\[%2218339%22\]](https://q-s.de/cms/modules/channels/gui/channel_search_handler.php?attachments=[%2218339%22])

El sistema QS califica los requisitos en diferentes niveles. Para aprobar, se debe cumplir con el 100% de los criterios K.O.

- *Trazabilidad*: Se debe poder rastrear el producto un paso atrás (proveedor de semillas/plántulas) y un paso adelante (cliente).
- *Uso de Fitosanitarios*: Solo se pueden usar productos autorizados legalmente para el cultivo específico y respetar estrictamente los Límites Máximos de Residuos (LMR).
- *Higiene*: Control estricto de la higiene del personal y de las herramientas de cosecha para evitar contaminación microbiológica.
- *Protección de la fuente de agua*: El agua utilizada para riego y lavado debe ser analizada y no representar un riesgo.
- *Criterios Mayores y Menores*: Son requisitos de gestión ambiental y bienestar laboral que deben cumplirse en un 90% para obtener la certificación.

QS pone mucho más énfasis que Global G.A.P. en el Monitoreo de Residuos. Esto significa que se deben realizar análisis de laboratorio en centros reconocidos específicamente por QS.

#### *Requisitos Operativos Críticos*

Para pasar la inspección, la operación debe tener listos estos documentos:

- Documentación de plántulas/semillas: Facturas y certificados que garanticen el origen y la sanidad del material vegetal.
- Bitácora de campo: Registro exacto de qué se aplicó, cuándo, quién lo hizo y con qué maquinaria (la cual debe estar calibrada).
- Análisis de Riesgos: Un documento que evalúe los riesgos de contaminación en tu parcela (cercanía a granjas, inundaciones, etc.).
- Higiene del personal: Instalaciones sanitarias limpias, agua potable para los trabajadores y capacitación documentada sobre manejo de alimentos.

### *Pasos Administrativos*

Dado que EMEX funge como una asociación, el registro puede ser directo en el apartado de coordinadores (Producción Frutas, Vegetales, Patatas), el cual representa a todos los productores con los que se colabora y se puede proceder al registro en la plataforma en el siguiente enlace: <https://q-s.de/softwareplattform/>

### *Registrarse en la Base de Datos QS:*

- Elegir el apartado correspondiente a EMEX (Coordinador Producción, Fruta, Vegetales, Patatas)
- Introducir múltiples datos de empresa
- Gestión de la Base de Datos: Registrar a cada productor individual de mango en la plataforma de software de QS.
- Durante el registro, se debe elegir qué organismo externo realizará la auditoría y en caso de aplicar, coordinar con los organismos de certificación para que realicen las inspecciones
- Monitoreo de Residuos: EMEX debe asegurar que todos sus productores participen en el programa de monitoreo de plaguicidas de QS y que las muestras se envíen a laboratorios aprobados por ellos.

### *Firmar el Contrato de Participación*

Una vez registrado, se recibe un contrato por parte de QS. Se debe firmar y enviar de vuelta. Esto formaliza el compromiso de cumplir con las directrices del esquema, contar con personal capacitado y pagar las tasas correspondientes.

### *Obtención de la "Elegibilidad de Entrega"*

Una vez que el informe es positivo y el contrato está firmado, el estado en la base de datos cambia a *Elegible para entrega*. A partir de ese momento, se puede marcar los productos con el sello QS y vender a otros participantes del sistema.

Para EMEX, esta alianza representaría una transición clave de ser una asociación de exportadores a seguir dando pasos importantes a nivel internacional de seguridad alimentaria. En el comercio exterior moderno, no gana quien produce más, sino quien ofrece más garantías. En caso de convertirse en coordinador QS, EMEX podría apoyar a sus socios a seguir creciendo en otros mercados, con pasos confiables y una entrada más efectiva a el mercado más premium de Europa.

### 3.2.3 Japón

En el contexto de la expansión internacional de EMEX A.C., Japón representa un mercado estratégico debido a su alto nivel de consumo, exigencia en estándares de calidad y apertura hacia productos diferenciados provenientes del extranjero. Su economía consolidada y su interés por productos importados, especialmente aquellos con valor agregado y características distintivas, lo convierten en un destino atractivo para la inserción de empresas mexicanas.

Asimismo, Japón cuenta con diversas plataformas, programas e instituciones que promueven el comercio internacional y apoyan a empresas extranjeras en su proceso de entrada al mercado japonés. Estos organismos facilitan el acceso a información comercial, generan oportunidades de vinculación con compradores locales y ofrecen acompañamiento en aspectos regulatorios, logísticos y culturales.

Por lo tanto, en este apartado se analizarán los principales programas y plataformas disponibles, con el objetivo de identificar aquellas herramientas que permitan fortalecer su estrategia de exportación, mejorar su posicionamiento y facilitar su integración en este mercado altamente competitivo.

Actualmente, EMEX ya cuenta con una vinculación en Foodex Japón, lo que representa una ventaja estratégica. Con base en lo anterior, se propone:

- Participación continua para fortalecer la relación con Foodex
- Utilizar sus plataformas para identificar distribuidores y socios comerciales confiables
- Recopilar información del mercado (precios, competencia, tendencias)

El siguiente paso estratégico es la integración con JETRO como organismo clave para facilitar la entrada formal al mercado japonés. Para ello, se propone utilizar sus servicios para:

- Identificación de importadores japoneses
- Asesoría regulatoria y comercial
- Acceso a estudios de mercado

La participación en misiones comerciales y eventos organizados por JETRO permite que esta vinculación contribuya a reducir barreras de entrada y aumentar la credibilidad de EMEX en Japón. En este sentido, se plantea una estrategia de articulación entre FOODEX y JETRO, donde FOODEX funcione como plataforma de promoción y generación de contactos, y JETRO como plataforma de consolidación y seguimiento comercial.

Adicionalmente, es fundamental considerar los requisitos regulatorios y sanitarios del mercado japonés, los cuales destacan por su alto nivel de exigencia. Entre estos se encuentran el cumplimiento de normativas fitosanitarias, los límites máximos de residuos (LMR) de agroquímicos, entendidos como la cantidad máxima permitida de residuos químicos en productos alimenticios para garantizar su inocuidad, así como requisitos específicos de etiquetado, empaque y trazabilidad del producto. El cumplimiento de estos estándares resulta indispensable para garantizar el acceso al mercado y generar confianza en los importadores.

En este sentido, el cumplimiento de certificaciones internacionales resulta fundamental para asegurar el acceso al mercado japonés y garantizar la calidad del producto. Entre las

más relevantes destacan Global G.A.P., que garantiza buenas prácticas agrícolas y trazabilidad del producto; HACCP, enfocado en la gestión de riesgos sanitarios durante el procesamiento; e ISO 22000, que establece un sistema de gestión de inocuidad alimentaria. Asimismo, la certificación JAS representa un elemento estratégico para facilitar la aceptación del producto en el mercado japonés, especialmente en segmentos que valoran altos estándares de calidad.

EMEX A.C. puede apoyarse en una red de instituciones públicas, organismos internacionales y certificadoras especializadas. A nivel nacional, organismos como SENASICA y la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural brindan lineamientos, capacitación y acompañamiento técnico en materia de sanidad e inocuidad alimentaria, mientras que instancias como SEDECO Jalisco pueden facilitar apoyos económicos y programas de fortalecimiento productivo. A nivel internacional, organismos como JETRO ofrecen orientación sobre los requisitos específicos del mercado japonés, facilitando la alineación de los procesos productivos con los estándares exigidos.

La cadena de frío, los tiempos de tránsito y el manejo adecuado del producto representan factores críticos para preservar la calidad del mango durante su traslado. Por otra parte, el consumidor japonés se caracteriza por valorar altamente la calidad visual, la uniformidad, la frescura y la presentación del producto. Existe además una disposición a pagar precios superiores por productos que cumplan con estándares elevados, lo que representa una oportunidad para posicionar el mango jalisciense como un producto premium.

Finalmente, es importante considerar las principales barreras de entrada, entre las que destacan la complejidad regulatoria, los altos estándares de calidad y las diferencias culturales en los procesos de negociación. En este contexto, el acompañamiento institucional y la correcta preparación estratégica resultan elementos clave para lograr una inserción exitosa en el mercado japonés.

[4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto](#)

- Aprendizajes profesionales

**Daniela De Dios Santana:** Este PAP me ayudó mucho a desarrollar la importancia de identificar el producto y el giro de la empresa con las cuales se estaban trabajando, entender la estructura, los proyectos previamente realizados y los aliados con los cuales se ha colaborado para poder encontrar esa ventana de desarrollo para la empresa.

La investigación fue clave en este periodo, el leer e identificar posibles aliados, programas de fomento, clientes potenciales y ferias me ayudó a percatarme de la importancia de conectar y buscar oportunidades profesionales en diferentes ámbitos, lograr comprender las necesidades por las cuales la empresa pasa para seguir creciendo e impulsar los lugares en donde estamos colaborando, saber que es posible crear nuevas redes mediante la planeación y ejecución de lo previamente analizado para la empresa. Tener bien claro que se puede crecer en la parte profesional mediante las buenas prácticas. Me fue interesante identificar como hay diversos programas que apoyan al comercio, solo es saber aplicar correctamente para poder tener la oportunidad del impulso. Es por eso que este proyecto me ayudó a tener una visión más clara en cuanto al trabajo bien planificado y saber que los emprendimientos son complicados más no imposibles y que siempre con una buena investigación se puede crecer mediante el trabajo honesto, una buena red de apoyo en el sector en donde nos veamos involucrados y el constante trabajo para crecer, me inspira a seguir proyectando mis metas y buscar oportunidades de crecimiento profesional porque no tengo duda de que para cada área hay muchas puertas que se pueden abrir si las sabemos encontrar.

**Fátima Mendoza Gutiérrez:** Durante el proyecto con EMEX A.C., desarrollé principalmente mi capacidad de análisis estratégico al investigar mercados internacionales y proponer ideas reales de exportación, considerando factores como certificaciones, canales de distribución y apoyos institucionales, además, fortalecí habilidades como el trabajo en equipo y la comunicación con la empresa, lo cual fue clave para aterrizar propuestas claras y viables, también aprendí a integrar conocimientos de distintas áreas como comercio internacional, logística y marketing, entendiendo que en la práctica las empresas enfrentan muchas

limitaciones, como la falta de organización o información estructurada, esto me permitió comprender mejor el contexto real del sector agroexportador en México y las barreras que existen para su crecimiento, por otro lado, puse a prueba mis conocimientos teóricos y mi capacidad de adaptarlos a una situación real, lo cual representó un reto importante, finalmente, este proyecto me ayudó a ver mi rol profesional como alguien que puede generar impacto, apoyando a empresas locales a crecer, tomar mejores decisiones y competir en mercados internacionales de forma ética y estratégica.

**Ana Cecilia Méndez Orozco:** El haber trabajado en este proyecto me hizo darme cuenta de la importancia que tiene la Inteligencia Comercial y como es una ventaja competitiva el saber utilizar las plataformas y herramientas como el International Trade Center para encontrar oportunidades de mercado. Con este proyecto me di cuenta de que no se trata de intentar vender en todos lados, sino de usar la información para elegir el mercado donde el producto tenga mayor valor y mejores márgenes, una lección que puedo aplicar a cualquier sector en el futuro.

Con este proyecto me di cuenta de la realidad de muchos productores que dependen de los intermediarios, los cuales se llevan la mayor parte de la ganancia, pero me pareció muy interesante investigar programas CBI de los países bajos o la vinculación de JETRO en Japón que son apoyos internacionales para brindar el apoyo a los productores para lograr la exportación directa. Se que no se trata solo de conocer estos programas, sino de saberlos integrar y lograr una estrategia ue elimine a los intermediarios innecesarios y genere beneficios reales para la asociación.

Finalmente, este proyecto me dio las herramientas para analizar mercados, gestionar los canales de distribución y aprovechar programas de fomento en el extranjero con una mentalidad de consultoría.

**Alba Regina Casarrubias Barraza:** Durante mi participación en el desarrollo del proyecto se fortalecieron diversas competencias profesionales. Puntos por destacar son el análisis crítico, la investigación, la organización de información y el trabajo en equipo. En cuanto a las competencias propias de la carrera, se aplicaron los conocimientos sobre procesos de

exportación, análisis de mercados internacionales y cumplimiento de requisitos normativos para productos agroalimentarios. Esto evidenció que la exportación no solo depende del producto, sino del cumplimiento de estándares y condiciones del mercado destino. Uno de los principales aprendizajes fue entender las barreras que enfrentan los productores para acceder a mercados internacionales, especialmente en países con altos niveles de exigencia como Japón, así como la importancia del acompañamiento institucional. Asimismo, se pusieron a prueba conocimientos teóricos en un contexto práctico. Finalmente, esta experiencia contribuyó a fortalecer mi visión profesional orientada a la internacionalización y a la importancia de la preparación estratégica en el comercio global.

- Aprendizajes sociales

**Daniela De Dios Santana:** Este proyecto me ayudó a tener una perspectiva muy diferente de los diferentes giros o razones sociales de las empresas. Fue muy interesante trabajar con EMEX debido a que pude lograr identificar un medio muy interesante de apoyo para productores que no suelen estar protegidos en el día a día porque son actores que se ven muy vulnerables si no cuentan con buenas redes, logré identificar que estábamos contribuyendo a la generación de oportunidades de crecimiento e impulso económico para personas trabajadoras de nuestro estado que buscan asesorarse mediante este tipo de asociaciones para que su trabajo sea bien remunerado ya que actualmente en nuestro país han habido complicaciones por los precios para las personas del campo, es importante generar conciencia del impacto que genera su trabajo y las buenas prácticas de su trabajo puede hacer que su producto con un buen asesoramiento se pueda posicionar en mercados importantes para generar valor al producto nacional y reconocer la cosecha de manera honesta. El poder identificar esta parte donde hay mucha necesidad de colocación de productos, pero falta de estructura o conocimiento de algunos involucrados puedo concluir que es un reto tomar decisiones para mejorar el contexto de diferentes personas, sin embargo, la comunicación, el conocimiento con lo que se está trabajando, los objetivos y una buena planificación puede hacer un impacto real en diferentes proyectos sociales, finalmente vivimos en un país con personas dispuestas a trabajar, hay que aprender a canalizar esas ganas en algo positivo y seguir aportando en nuestra economía mexicana y

poner ese granito de arena para poder llevar los productos mexicanos a diferentes mercados a través de la mejora continua y atendiendo las necesidades de todos para tener ese crecimiento honesto.

**Fátima Mendoza Gutiérrez:** A partir de esta experiencia, pude darme cuenta de que mi formación profesional no solo está enfocada en generar resultados económicos, sino también en aportar al desarrollo social, entendí que las decisiones dentro de un proyecto pueden influir en la calidad de vida de las personas involucradas, esto me permitió desarrollar una mayor conciencia sobre la importancia de proponer soluciones viables, pero también responsables y sostenibles, aprendí a analizar situaciones considerando su impacto social y no solo los beneficios inmediatos, también identifiqué que ahora soy más capaz de estructurar proyectos, establecer objetivos claros y proponer estrategias aplicables en contextos reales, esto fortaleció mi capacidad de tomar decisiones con una visión más completa, considero que uno de los principales aportes fue generar ideas que pueden abrir oportunidades para ciertos grupos que no siempre cuentan con los recursos necesarios para crecer, finalmente, esta experiencia cambió mi perspectiva, ya que comprendí que mi trabajo puede contribuir a generar un impacto positivo en la sociedad y que los conocimientos adquiridos pueden aplicarse en distintos contextos.

**Ana Cecilia Méndez Orozco:** Trabajar de la mano con una organización como EMEX fue una experiencia que me aportó mucho valor, ya que me permitió valorar de cerca la labor tan necesaria que realizan al ser un motor de impulso para personas que suelen estar desprotegidas en el mercado global. Antes de este proyecto, yo no tenía mucho conocimiento sobre el giro y no estaba consciente de la vulnerabilidad a la que se enfrentan los productores frente a los intermediarios, esta realidad me hizo comprender que, aunque existe la voluntad de cambio, muchas familias trabajadoras no saben por dónde empezar a buscar nuevas oportunidades. Me parece admirable que existan asociaciones que busquen ofrecer soluciones reales y acompañamiento estratégico para dignificar el trabajo en el campo. Espero que con nuestro proyecto se vaya formando un camino hacia la exportación

que respeta el valor real de su cosecha y ayude a que el crecimiento de México en el extranjero sea honesto.

Desde una perspectiva de innovación social, el proyecto buscó dar estructura y conocimiento a un sector que tiene una gran capacidad de trabajo pero que, por falta de acceso a información estratégica, suele quedar fuera de las oportunidades globales.

**Alba Regina Casarrubias Barraza:** El proyecto me permitió desarrollar una iniciativa orientada a la mejora social mediante el fortalecimiento de las capacidades de exportación de productores agrícolas. A través de estrategias de internacionalización, se buscó facilitar su acceso a mercados globales, contribuyendo a mejorar sus oportunidades económicas y su calidad de vida. Esta experiencia fortaleció la capacidad para estructurar y dirigir proyectos con enfoque social, estableciendo objetivos claros y proponiendo estrategias viables, también me permitió comprender la importancia de la toma de decisiones informadas y del acompañamiento institucional para generar un impacto real. Pude observar que este proyecto benefició principalmente a productores que enfrentan limitaciones para acceder a mercados internacionales, aportando herramientas como información estratégica, vinculación con organismos y propuestas de mejora en sus procesos. Estos servicios generan bienes de carácter público al facilitar el acceso a conocimiento y oportunidades. Para mi esta experiencia me permitió comprender el papel de la profesión en el desarrollo económico y social, así como la importancia de generar proyectos que contribuyan al bienestar colectivo.

- Aprendizajes éticos

**Daniela De Dios Santana:** Al colaborar en este proyecto pude estar envuelta en diferentes escenarios donde tuve que tomar decisiones para llevar y recomendar a la empresa un camino en base a lo que se planteaba. Al identificar diferentes rutas para el proyecto me daba cuenta de la importancia de buscar organizaciones confiables y dar esa seguridad de lo que se estaba exponiendo era fidedigno. De igual manera, me percate que no solo es el hecho de solicitar un apoyo económico, participar en una feria internacional o aplicar para

una certificación, todo conlleva pasos importantes que la empresa debe dar mediante procesos rigurosos para poder participar o ser candidato a lo mencionado previamente, no es solo exportar, promocionar o mandar el mango sin una investigación transparente previa que nos dé panorama amplio de lo que se está aplicando es para lograr que la empresa genere estas conexiones que aporten a su crecimiento y objetivos. Es por eso que este trabajo me ayudó no solo a quedarme estancada en la parte logística, si no siempre tratar de ver las oportunidades de crecimiento a través de relaciones comerciales transparentes y honestas que den valor agregado a las operaciones, mediante la planificación estratégica para el desarrollo de futuros proyectos que generen esa seguridad de que se ha hecho de manera correcta, me motiva a seguir aprendiendo de la industria porque en todo momento está cambiando y el saber con quién dirigirse o como ejecutar diversas cosas hace la diferencia entre una empresa honesta a una que trata de evadir situaciones solo para lograr un éxito momentáneo.

**Fátima Mendoza Gutiérrez:** A lo largo de esta experiencia, una de las decisiones más importantes que tomé fue manejar la información de manera responsable, especialmente aquella relacionada con la empresa, su situación interna y sus oportunidades de crecimiento, decidí priorizar la confidencialidad y el respeto, entendiendo que no toda la información puede ni debe ser utilizada sin un criterio ético, esto implicó ser consciente de qué datos podían compartirse en el análisis y cuáles debían mantenerse reservados, esta experiencia me hizo reflexionar sobre la responsabilidad que implica ejercer mi profesión, ya que no se trata solo de proponer estrategias, sino de hacerlo de forma honesta, transparente y considerando las consecuencias que pueden tener en las personas y en la organización, también entendí que mis decisiones deben estar guiadas por principios éticos, incluso cuando no sean las más fáciles o convenientes, a partir de esto, considero que mi ejercicio profesional debe estar orientado no solo a generar resultados, sino a actuar con integridad, cuidando la información, respetando a las personas involucradas y buscando siempre un impacto positivo, esta experiencia me invita a ejercer mi profesión con mayor

conciencia, siendo responsable de las decisiones que tomo y del impacto que pueden generar en otros.

**Ana Cecilia Méndez Orozco:** Con este proyecto, entendí que la ética en los negocios va mucho más allá del cumplimiento de normas, se trata de la responsabilidad que asumimos sobre el impacto de nuestras decisiones. Es por esta razón que, en el desarrollo de nuestra estrategia para EMEX nos enfocamos en darle prioridad a buscar los canales de comercialización que favorecieran la transparencia y el trato directo, evitando las rutas comerciales convencionales donde el producto pasa por demasiadas manos antes de llegar al destino, una práctica que solo logra reducir el pago justo para el agricultor y desconectar al productor del cliente final.

Esta experiencia me ayudó a darme cuenta de que, con mi carrera de Comercio y Negocios Globales tengo la responsabilidad decidir con qué empresas trabajar y qué mercados fomentar basándome en criterios de sostenibilidad y respeto al trabajo digno. Aprendí que cumplir con normativas de calidad y de trato justo es la forma de asegurar un comercio digno. No son solo papeles para exportar, sino la manera de garantizar que la rentabilidad del proyecto no pase por encima de los productores de Jalisco, cuidando que el beneficio llegue a quienes realmente trabajan el campo.

Quiero lograr ser un profesional consciente de que detrás de cada trámite aduanero, cada logística de exportación o cada acuerdo comercial, hay un impacto directo en la vida de una persona.

**Alba Regina Casarrubias Barraza:** En este tiempo del proyecto tomé decisiones enfocadas en proponer estrategias viables y responsables para la internacionalización de los productores, consideré importante no solo pensar en el beneficio económico, sino también en el impacto que estas decisiones pueden tener en los productores, quienes dependen de estas oportunidades para mejorar sus condiciones. Como resultado, comprendí que cada decisión profesional tiene consecuencias que van más allá del ámbito técnico. Esta experiencia me llevó a reflexionar sobre la responsabilidad que implica mi futura profesión, ya que no se trata únicamente de generar resultados, sino de hacerlo de manera ética y

consciente. Me invita a actuar con mayor compromiso, buscando soluciones que realmente aporten valor y que sean justas para todas las partes involucradas, considero que debo ejercer mi profesión con un enfoque más humano y responsable, orientado no solo a la competitividad, sino también al impacto social. Esto implica trabajar con ética, promoviendo prácticas justas y contribuyendo al desarrollo de proyectos que beneficien tanto a las empresas como a la sociedad en general.

- Aprendizajes en lo personal

**Daniela De Dios Santana:** Gracias a este PAP pude identificar áreas en las cuales debo trabajar y cuales debo seguir perfeccionando para poder seguir creciendo como persona y como profesionista. La paciencia es una de mis debilidades, por lo tanto, el hacer las tablas o tratar de entender páginas que estaban solo en otro idioma que no era el español, me recordaba la importancia de que el trabajo se debe de hacer a conciencia, con tiempo y con un buen análisis para no desesperarse y hacer el trabajo más efectivo para poder tomar las decisiones más coherentes para recomendar a la empresa. Encontraba vertientes similares, pero tenía que decidir entre una para seguir adelante en la investigación. La toma de decisiones también es algo que detecté que me cuesta, esta parte de dar una recomendación o fungir como consultora para ciertos aspectos del proyecto me ponían medio tensa porque finalmente yo estaba dando la última palabra, pero identifiqué que hoy son este tipo de decisiones, mañana serán unas mucho más importantes. Es por eso por lo que la seguridad en mi persona aumentó, desde el aspecto de dirigirnos a la empresaria, escucharla y decidir en base a lo que soy capaz de construir, se me hizo muy interesante también cuando me toco investigar y hablar con organismos nacionales y estatales porque me sentí capaz de exponer las necesidades de una empresa, pero en mi nombre para identificar la mejor solución al momento que estábamos viviendo. Todo este aprendizaje me ayudó a ver lo capaz que soy para desarrollarme, dirigirme de manera educada y profesional con diferentes personas para seguir creciendo en mi proyecto personal, la importancia de darme mi lugar valioso como persona y la capacidad que tengo para convivir

y colaborar con personas y de esta manera honesta conseguir mis metas a corto, mediano y largo plazo.

**Fátima Mendoza Gutiérrez:** Esta experiencia me permitió conocerme mejor, especialmente en la forma en la que enfrente retos y trabajo bajo presión, me di cuenta de que soy capaz de adaptarme a situaciones que no están completamente estructuradas y de buscar soluciones incluso cuando no tengo toda la información, también identifiqué áreas en las que puedo mejorar, como la organización y la claridad al momento de expresar mis ideas, por otro lado, me ayudó a entender mejor a las personas y los contextos con los que trabajo, aprendí a escuchar distintas opiniones, respetar puntos de vista diferentes y reconocer que cada persona aporta desde su propia experiencia, esto fue clave para poder colaborar de manera más efectiva y lograr mejores resultados en equipo, además, esta experiencia fortaleció mi capacidad para convivir en un entorno diverso, donde no todos piensan igual ni trabajan de la misma forma, aprendí a ser más flexible, paciente y abierta al cambio, entendiendo que la diversidad también enriquece los procesos, finalmente, este proceso aportó a mi proyecto de vida al darme más claridad sobre el tipo de profesionalista que quiero ser: alguien capaz de adaptarse, trabajar con otros y generar impacto, no solo a nivel profesional, sino también personal.

**Ana Cecilia Mendez Orozco:** A nivel personal el PAP me dio la oportunidad de conocerme a mí misma bajo presión y frente a retos reales. Durante este proceso, detecté la importancia crítica de consultar diversas fuentes para obtener una perspectiva completa de la situación. Un aprendizaje metodológico que me resultó sumamente útil fue la síntesis de información a través de tablas, descubrí que transformar datos complejos en recursos visuales no solo facilita mi propio entendimiento, sino que hace que la información sea mucho más digerible y clara para los demás, una habilidad que considero esencial en mi carrera. Además, me ayudó a convivir a través del trabajo en equipo; entendí que el intercambio de ideas con mis compañeras no solo enriqueció el proyecto, sino que fue clave para construir una visión

integral que ninguna hubiera logrado sola. Asimismo, la comunicación constante con Myrna, fue un aprendizaje vital sobre la responsabilidad profesional, saber cómo informarle los avances y transmitirle nuestras propuestas con claridad y respeto fue un ejercicio de confianza mutua que me enseñó la importancia de la transparencia y seguridad en las relaciones laborales.

Finalmente, lo que aprendí para mi proyecto de vida es que no deseo ser una profesional que solo busque el éxito económico individual. Esta experiencia me dio la seguridad de que quiero integrar la responsabilidad social en mi futuro camino laboral y ayudar para que otros crezcan. Me llevo la lección de la importancia de que en mi vida profesional pueda poner mis habilidades al servicio de los demás y buscando siempre que mis acciones contribuyan a un entorno más justo.

**Alba Regina Casarrubias Barraza:** Participar en este PAP me dio la oportunidad de conocer mejor mis puntos fuertes y también identificar mis áreas de oportunidad. Me permitió darme cuenta de que puedo trabajar en equipo, compartir ideas y escuchar diferentes perspectivas, entendiendo que la aportación de cada integrante es fundamental para lograr objetivos importantes y trascendentes. Asimismo, comprendí que mi trabajo no es uno más, sino que puede generar un impacto real y aportar valor a la sociedad, esta experiencia también me ayudó a conocer y reconocer mejor a la sociedad, especialmente al entender las dificultades que enfrentan los productores para acceder a oportunidades de crecimiento. Esto me permitió desarrollar una mayor empatía y conciencia sobre la importancia de aplicar mis conocimientos de manera responsable. También este PAP me ayudó a convivir en un entorno de diversidad, a trabajar con una asociación civil y aprendiendo a respetar diferentes formas de pensar, trabajar y resolver problemas. Esto fortaleció mi capacidad de adaptación y comunicación dentro de un equipo. Considero que esta experiencia aportó significativamente a mi proyecto de vida, ya que reforzó mi interés por desarrollarme profesionalmente en un ámbito que no solo busque resultados económicos, sino que también contribuya al bienestar social. Me motivó a seguir

preparándome y a ejercer mi profesión con responsabilidad, compromiso y una visión más amplia del impacto que puedo generar.

## 5. Conclusiones

### **Empresa**

EMEX A.C. ha evolucionado de una etapa de diagnóstico interno hacia una fase de ejecución estratégica orientada a la expansión global. Tras consolidar su estructura y definir a Alemania como mercado prioritario, la asociación se enfoca ahora en profesionalizar su gestión comercial mediante la obtención de fondos públicos y la negociación directa B2B. Este cambio busca eliminar intermediarios, maximizar la rentabilidad y consolidar al mango jalisciense como un referente de calidad en el ecosistema agroalimentario europeo, transformando la planeación técnica previa en una ventaja competitiva real, sólida y sostenible.

### **Gestión de Fondos de Fomento Institucional**

La gestión de fondos de fomento institucional se posiciona como un elemento clave dentro de la estrategia de internacionalización de EMEX A.C., ya que permite reducir riesgos financieros y fortalecer la competitividad del mango jalisciense en mercados internacionales, a partir de la investigación realizada, se identificó una oferta amplia de apoyos a nivel estatal, nacional e internacional, lo que evidencia un ecosistema institucional favorable para el sector agroalimentario.

Asimismo, la selección de cinco programas prioritarios demuestra un enfoque estratégico alineado con las necesidades actuales de EMEX, particularmente en temas de sanidad, competitividad, certificación y promoción internacional, esto permite enfocar los esfuerzos en apoyos que generan mayor impacto en el corto y mediano plazo.

El acercamiento institucional realizado con organismos como SEDECO, CAMEXA y JETRO confirma la viabilidad de establecer vínculos reales con actores clave para la internacionalización, lo cual no solo facilita el acceso a información especializada, sino que también abre oportunidades de vinculación comercial directa.

Finalmente, la creación de herramientas como la calendarización de convocatorias y el expediente para el programa de Comercio Justo refleja una visión anticipativa, permitiendo a EMEX mejorar su preparación y aumentar sus probabilidades de éxito en futuras postulaciones.

### **Estrategia de Proyección Global y Negociación en Foros Internacionales**

La estrategia de proyección global de EMEX A.C., basada en la participación estructurada en ferias y foros internacionales, constituye un eje fundamental para su proceso de internacionalización. A través de la selección estratégica de eventos con alto impacto comercial en mercados clave como Asia, Norteamérica y Europa, la asociación no solo fortalece su visibilidad internacional, sino que también amplía sus oportunidades de negocio y posicionamiento del mango jalisciense en cadenas de valor globales.

Asimismo, el análisis detallado de requisitos, condiciones y costos asociados permite una planeación eficiente y una asignación óptima de recursos, reduciendo riesgos y maximizando el retorno de inversión en cada participación. En este sentido, la estrategia propuesta no solo responde a objetivos de expansión comercial, sino que también promueve la consolidación de EMEX A.C. como un actor competitivo dentro del sector agroexportador a nivel internacional.

### **Inteligencia Comercial y Canales de Distribución**

La estrategia de Inteligencia Comercial y Canales de Distribución para EMEX A.C. marca una transición fundamental de un modelo de exportación tradicional hacia uno de gestión directa y alto valor agregado. La identificación de canales B2B especializados, como la industria de cuarta gama, el sector HORECA y las alianzas inter-empacadoras, permite a la asociación mitigar la dependencia de los intermediarios y el retail masivo, recuperando el control sobre el margen de contribución y la narrativa de calidad del mango jalisciense.

La selección del International Trade Centre (ITC) como eje de inteligencia, sumada a la especialización técnica para mercados de alta exigencia como Alemania (vía certificación QS) y Japón (vía vinculación JETRO-Foodex), ofrece a EMEX una estructura competitiva sólida. En conclusión, la integración de datos duros, certificaciones de sostenibilidad y alianzas institucionales internacionales asegura que la expansión global de EMEX no sea solo un aumento de volumen, sino una consolidación de marca sostenible, rentable y resiliente ante las fluctuaciones del mercado global.

## 6. Bibliografía

Agencia de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria de Jalisco (ASICA). (2025, marzo 3). *Programa estatal de sanidad, inocuidad y calidad agroalimentaria ejercicio 2025 [Convocatoria]*. Gobierno del Estado de Jalisco.

[https://asica.jalisco.gob.mx/ASICA/publicacion-convocatorias/programa-estatal-de-sanidad-inocuidad-y-calidad-agroalimentaria-ejercicio-2025-\[abierta\]-cubos-reciente-1001-2025-03-03-3](https://asica.jalisco.gob.mx/ASICA/publicacion-convocatorias/programa-estatal-de-sanidad-inocuidad-y-calidad-agroalimentaria-ejercicio-2025-[abierta]-cubos-reciente-1001-2025-03-03-3)

Amazon Produce Network. (s.f.). *Amazon Produce Network*. <https://amazonprod.com/>

Baldor Specialty Foods. (s.f.). *Baldor Food*. <https://www.baldorfood.com/>

Banco Santander & Secretaría de Economía. (2026). *Impulsa tu MiPyME: Formación para el futuro*. Santander Open Academy.

<https://app.santanderopenacademy.com/es/program/impulsa-tu-mipyme-formacion-para-el-futuro>

Cámara Mexicano-Alemana de Comercio e Industria. (s.f.). *AHK México*. <https://mexiko.ahk.de/es/>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries. (s.f.). *CBI*. <https://www.cbi.eu/>

CPMA—Convention + Trade Show Toronto 2026. (2025, noviembre 21). *TFO Canada*.  
<https://tfocanada.ca/tfo-events/cpma-convention-trade-show-toronto-2026/>

Diario Oficial de la Federación (DOF). (2026, enero 2). *Programa de Comercio Justo*.  
Gobierno de México.  
[https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5777819&fecha=02/01/2026#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5777819&fecha=02/01/2026#gsc.tab=0)

Döhler Group. (s.f.). *Döhler*. <https://www.doehler.com/es/>

Embajada de Japón en México. (s.f.). *Embajada de Japón en México*.  
<https://japon.org.mx/es/>

Fairtrade International. (s.f.). *Fairtrade*. <https://www.fairtrade.net/>

Foodex 2026. (s.f.). *Feria agroalimentaria*. <https://www.mexicofoodex.com/>

Fruit Attraction 2026. (s.f.). *Feria del sector de frutas y hortalizas*.  
<https://www.ifema.es/fruit-attraction>

Fruit Logistica. (2026, junio 4). *Fruit Logistica*. <https://www.fruitlogistica.com/en>

Gartenfrisch Jung GmbH. (s.f.). *Gartenfrisch*. <https://www.gartenfrisch.de/>

Gobierno del Estado de Jalisco. (2024). *Jalisco Crece: Comercio exterior*.  
<https://misprogramas.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Jalisco-Crece-Comercio-Exterior/926/2024>

Grüne Woche Berlin. (s.f.). *Grüne Woche*. <https://www.gruenewoche.de/en>

Hessing Supervers. (s.f.). *Hessing Supervers*. <https://hessingsupervers.nl/>

Ingredion Incorporated. (s.f.). *Kerr by Ingredion: Working together*.  
<https://www.kerrbyingredion.com/na/kerr/working-together>

International Fresh Produce Association. (s.f.). *Fresh Produce*. <https://www.freshproduce.com/>

International Trade Centre. (s.f.). *International Trade Centre*. <https://www.intracen.org/>

Japan External Trade Organization. (s.f.). *Preguntas frecuentes (FAQ)*. <https://www.jetro.go.jp/mexico/faq.html>

MWW (Mack Multiples Worldwide). (s.f.). *MWW*. <https://www.mww.co.uk/>

National Mango Board. (s.f.). *About the NMB*. <https://www.mango.org/about-the-nmb>

QS Qualität und Sicherheit GmbH. (s.f.). *Becoming a scheme participant*. <https://qs.de/becoming-scheme-participant/becoming-a-scheme-participant.html#fruit-vegetables-potatoes>

Rainforest Alliance. (s.f.). *Rainforest Alliance*. <https://www.rainforest-alliance.org/>

Secretaría de Desarrollo Económico de Jalisco (SEDECO). (2025). *Impulso a la competitividad*. Gobierno del Estado de Jalisco. <https://sedeco.jalisco.gob.mx/programas-y-convocatorias/programas-2025/impulso-a-la-competitividad>

Secretaría de Desarrollo Económico de Jalisco (SEDECO). (2025). *Jalisco Atrae*. Gobierno del Estado de Jalisco. <https://sedeco.jalisco.gob.mx/programas-y-convocatorias/programas-2025/jalisco-atrae>

Secretaría de Desarrollo Económico de Jalisco (SEDECO). (2025). *Jalisco Exporta Más*. Gobierno del Estado de Jalisco. <https://sedeco.jalisco.gob.mx/programas-y-convocatorias/programas-2025/jalisco-exporta-mas>

Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA). (2026). *Programa de sanidad e inocuidad agroalimentaria*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/senasica/acciones-y-programas/programa-de-sanidad-e-inocuidad-agroalimentaria-194083>

SIAL Canada. (2026, marzo 2). *Home*. <https://sialcanada.com/en/>

Sysco Corporation. (s.f.). *Sysco*. <https://www.sysco.com/>

Taylor Farms México. (s.f.). *Nuestra historia*. <https://taylorfarms.mx/nuestra-historia/>

The global marketplace for food and beverages in Cologne. (s.f.). *Anuga*. <https://www.anuga.com/>

GmbH, Q. Q. U. S. (n.d.). *Production - production fruit, vegetables, potatoes*. QS. <https://q-s.de/fruit-vegetables-potatoes/producer.html>

GmbH, Q. Q. U. S. (n.d.). *QS-System STArT*. QS. <https://q-s.de/qs-scheme/qssystem-en.html>

QS Qualität und Sicherheit GmbH. (2024). *Guideline Production Fruit, Vegetables, Potatoes*. [https://q-s.de/cms/modules/channels/gui/channel\\_search\\_handler.php?attachments=\[%2218339%22\]](https://q-s.de/cms/modules/channels/gui/channel_search_handler.php?attachments=[%2218339%22])

GmbH, Q. Q. U. S. (n.d.). *Imagevideo-Startseite-QS-V3-OPt* [Video]. QS. <https://q-s.de/en/>

De Sanidad Inocuidad Y Calidad Agroalimentaria, S. N. (n.d.). *Exportación de Productos Agrícolas*. [gob.mx. https://www.gob.mx/senasica/acciones-y-programas/exportacion-de-productos-agricolas-149565](https://www.gob.mx/senasica/acciones-y-programas/exportacion-de-productos-agricolas-149565)

ISO - ISO 22000 — *Food safety management*. (n.d.). ISO. <https://www.iso.org/iso-22000-food-safety-management.html>