

## **Estrategia de internacionalización para la exportación de chorizo de cerdo estilo sinaloense, de México a Estados Unidos.**

### **Internationalization strategy for the export of Sinaloa-style pork chorizo, from Mexico to the United States.**

Rosa Delia Aguilar Carvajal<sup>1</sup>, Nereyda Soto Medina<sup>2</sup>, Elizabeth Acosta Haro<sup>3</sup>

<sup>1</sup> <http://ORCID.ORG/0000-0003-4746-6716>, Universidad Autónoma de Sinaloa, Unidad Académica de Negocios.

<sup>2</sup> <http://ORCID.ORG/0000-0002-7967-3720>, Universidad Autónoma de Sinaloa, Unidad Académica de Negocios.

<sup>3</sup> <http://ORCID.ORG/0000-0002-5141-6378>, Universidad Autónoma de Sinaloa, Unidad Académica de Negocios.

**DOI:** <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi40.586>

**Recibido** 29 de mayo de 2023.

**Aceptado** 17 de noviembre de 2023

**Publicado** 21 de diciembre de 2023

### **Resumen**

Este trabajo muestra el desarrollo de una estrategia de internacionalización para el chorizo de cerdo estilo sinaloense, lo cual permitirá una oportunidad de crecimiento y expansión para un producto típico del norte de México, destinado al mercado en Estados Unidos, en especial para la ciudad de Ángeles California, la metodología empleada en este estudio es cualitativa, fundamentada en la revisión de la literatura, leyes, tratados y reglamentos y en la experiencia del contexto en el que se desarrolla la investigación, es un caso de estudio sobre una empresa productora de derivados de cerdo en la ciudad de Los Mochis Sinaloa, México, cuyo nombre se omite por petición de la misma. Como resultados se muestran las grandes posibilidades de aceptación del producto en el mercado destino, por eso se propone utilizar la estrategia de internacionalización de exportación directa, de acuerdo con la capacidad exportadora de la empresa, es la estrategia que mejor conviene al negocio, ya que permitirá controlar la cadena logística de principio a fin y asumir los riesgos que por vez primera enfrenta el empresario.

**Palabras clave:** Derivado de cerdo, capacidad exportadora, empresario. JEL F23

## Abstract

This article examines the development of an internationalization strategy for Sinaloa-style pork chorizo, which will allow an opportunity for growth and expansion for a typical product from northern Mexico, destined for the market in the United States, especially for the city of Los Angeles California, the methodology used in this study is qualitative, based on the review of literature, laws, treaties and regulations and on the experience of the context in which the research is developed, it is a case study on a company producing pork derivatives in the city of Los Mochis Sinaloa, Mexico, whose name is omitted at its request. The results show the great possibilities of acceptance of the product in the destination market and therefore, it is proposed to use the internationalization strategy of direct export in accordance with the export capacity of the company, it is the strategy that best suits the business, since It will allow it to control the logistics chain from start to finish and assume the risks that the businessman faces for the first time.

**Keywords:** Pork derivative, export capacity, entrepreneur. JEL F23

## Introducción

De acuerdo con datos presentados por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), indican que la producción mundial de carne de cerdo fue de 109.8 millones de toneladas en el año 2020, de las cuales China participó con el 38.3%, Estados Unidos con 11.7%, Alemania con 4.7%, España con 4.6% y Brasil el 4.1%. En ese año, México fue el décimo tercer productor mundial, con una participación del 1.5%, en 2020, el país ocupó en el ámbito mundial el lugar 40 en exportación de carne porcina; teniendo como sus principales clientes a Japón (46.6%) Estados Unidos (38%) y China (15.4%). (FAO 2021).

En México, las organizaciones porcícolas del sector social y las empresas privadas se fortalecieron en el año 2001 con la constitución del denominado Comité Sistema Producto, así

como por los programas y subsidios otorgados por el gobierno, con lo cual se amplió la base productiva y comercial de la carne de cerdo (Magaña et al. 2023). Lo anterior ha fortalecido a las empresas exportadoras mexicanas de este producto y sus derivados, ofreciéndoles la oportunidad de competir tanto en mercados domésticos como en mercados extranjeros, teniendo como reto principal, brindar a sus compradores productos de calidad y valor agregado.

Según los Organismos Auxiliares de Sanidad Agropecuaria (2023), la producción pecuaria se integra de los productos: Carne de Bovino, Porcino, Ovino, Caprino y Ave; también, de la producción de leche de Bovino, huevo para plato, miel y cera en greña. El Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), declaró que durante el año 2020 el valor de la producción pecuaria en Sinaloa fue de 15 mil 199 millones de pesos, de los cuales la producción de carne en canal, que representa el 85%, está conformado por la carne en canal de Bovino con el 46.5%; Porcino el 5.3%; Ovino el 0.5%; Caprino el 0.5%; y Ave el 32.2% (Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa [CODESIN], 2021).

Como se puede observar, la producción de carne de porcino representada por el 5.3% del total que produce el estado, es significativa respecto a otros productos, con 20 mil 735 toneladas producidas en el año 2020, Sinaloa ocupa el lugar 14 con 1.3% del total de producción de carne de porcino, en el comparativo del sector pecuario por entidades federativas en México (CODESIN, 2021).

Según datos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER 2020), la carne de cerdo es un alimento que aporta variedad de nutrientes; además de su sabor agradable, contiene grasa monoinsaturada, similar al aceite de oliva. El cerdo, puerco, marrano o cochino es un animal doméstico que se aprovecha en su totalidad, su carne es de las más consumidas en todo el mundo, de esta se obtienen muchos subproductos embutidos como: jamón, chorizo, tocino, paté, entre otros.

El Chorizo es un ingrediente de la comida Sinaloense, pero se conoce entre los productores que la receta original fue traída de españoles a Mocorito Sinaloa y una conocida familia del lugar

fue quien empezó con la venta del embutido. Para la elaboración de este producto, los ingredientes son: chiles, pimienta, sal, carne y manteca de puerco (Los titulares, 2022). Existen diversas empresas en el estado de Sinaloa, México que se dedican a la producción y comercialización de productos derivados del cerdo, en específico de chorizo estilo sinaloense, pero hasta el momento se desconoce un proceso formal de exportación de dicho producto, ya que solo se distribuyen en el mercado doméstico.

El objetivo de este trabajo de investigación es crear un plan de internacionalización que permita la exportación del chorizo sinaloense al mercado de Estados Unidos, bajo la producción y comercialización de una empresa originaria de Los Mochis Sinaloa, México, que, por políticas de privacidad, se omitirá el nombre. La internacionalización de una empresa se puede dar a través de las ventas en mercados externos (exportaciones), de la compra de insumos en otros países (importaciones), de la inversión de capitales provenientes de otras naciones (inversión extranjera directa) o bien a través de una combinación de estos tres elementos (Meza, 2016).

El documento está conformado por cuatro secciones, integrado en primer lugar por el análisis de literatura de trabajos acerca de estrategias y tipos de internacionalización de empresas. En la segunda sección se integra la metodología utilizada en este trabajo, la cual es cualitativa, descriptiva y estudio de caso, en la tercera se consideran los resultados y la discusión de los resultados obtenidos. Y en la cuarta sección, se finaliza con las conclusiones y propuesta de plan de internacionalización de chorizo de cerdo estilo sinaloense.

## Literatura

Existen gran cantidad de investigaciones que han aportado de manera relevante a la teoría de la internalización, uno de los precursores fue Adam Smith en 1976, aportó al desarrollo de esta concepción clásica una primera explicación basada en la teoría de la ventaja absoluta, haciendo énfasis en la importancia de reconocer la escasez de recursos, y sugiriendo la necesidad de establecer un sistema de distribución. De este modo, los países tenderían a producir y exportar productos que requieren un recurso abundante localmente, e importarían los que demandan un

recurso escaso. Así explica por qué los países con mano de obra barata exportan bienes intensivos en trabajo hacia países más intensos en capital y viceversa (Cardozo et al. 2013).

Han sido diversos acontecimientos que hacen que para México sea tan importante realizar actos de comercio con otros países, los cuales se desarrollan a continuación, por mencionar un estudio del comercio exterior en la economía mexicana, según Ramos (2018):

En México, a principios de los años cincuenta se aplicó una política industrial mejor conocida como el modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI) generada por la Segunda Guerra Mundial, causando un aumento importante en la producción manufacturera hasta finales de los años ochenta. Posteriormente, a partir de la crisis de la deuda externa de 1982 se abandonó este modelo con el objetivo de adoptar una política orientada a la apertura comercial. En 1986 se incorpora al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) lo que permitió fortalecer la política económica. Más adelante, entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, siendo uno de los acontecimientos más valiosos para el comercio mexicano. (P.32)

En enero de 2022, el valor de las exportaciones de mercancías en México alcanzó 33,899 millones de dólares, cifra compuesta por 31,477 millones de dólares de exportaciones no petroleras y por 2,422 millones de dólares de petroleras. Así, en el mes de referencia las exportaciones totales mostraron un aumento anual de 3.8%, el cual se derivó de incrementos de 1.9% en las exportaciones no petroleras y de 36.4% en las petroleras. Al interior de las exportaciones no petroleras, las dirigidas a Estados Unidos avanzaron a una tasa anual de 4.1% y las canalizadas al resto del mundo descendieron 7.4%. En enero de 2022 y con series ajustadas por estacionalidad, las exportaciones totales de mercancías disminuyeron a tasa mensual 5.26%, producto de reducciones de 5.53% en las exportaciones no petroleras y de 0.84% en las petroleras (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2022).

El concepto de internacionalización empresarial implica un proceso a largo plazo. No basta con tener una presencia ocasional en otro territorio, sino de asentarse por completo en la economía

de otro país. En un principio hay que contar con una estrategia bien definida en el mercado laboral, y a partir de ahí comprender que el mercado internacional ofrece una serie de oportunidades de negocio para que triunfen los servicios o productos que presta la empresa. Para ello influyen una serie de aspectos culturales, ambientales, reglamentaciones o exigencias sanitarias (García, 2017).

Chan et al. (2018) en su análisis de la capacidad de internacionalización de los negocios emprendedores en la ciudad de Guayaquil, aporta que la internacionalización tiene sus orígenes en la teoría clásica del comercio internacional, la cual indica que los países tienden a especializarse para producir bienes y servicios en los cuales tienen menores costos de producción, de modo que el comercio internacional se da como consecuencia de la especialización y de la división del trabajo.

Existen diversos estudios o propuestas de internacionalización a nivel nacional e internacional, de las cuales se retoman los siguientes análisis:

En un estudio que se realizó para medir la capacidad de productores de juguetes en Ecuador, se concluye que dichos establecimientos cuentan con infraestructura tecnológica y materia prima apropiada a las exigencias de un mercado internacional, cumpliendo con las normas de seguridad en juguetes EN71-2. No obstante, carecen de un programa de marketing que inserta la marca en el mercado. Desde el punto de vista de la utilidad bruta del negocio, se comprueba que existe rentabilidad por cada producto elaborado, pues el tiempo de entrega es inferior al requerido para importación (Chan et al. 2018).

Boermans y Roelfsema (2015), mediante el análisis de 1355 empresas de diez países en transición, concluyen que la internacionalización aumenta la tendencia de las empresas a innovar y, específicamente, encuentran que el *outsourcing* promueve la innovación en productos, mientras que la exportación y la inversión extranjera directa se asocian con un mayor gasto en investigación y desarrollo ( I&D) y con un mayor registro de patentes.

Por su parte Romero et al. (2022), hicieron un análisis para explicar la dinámica de la internacionalización de empresas familiares venezolanas, donde los resultados muestran que las

empresas que desean incursionar en mercados extranjeros deben invertir en recursos y capacidades necesarios para fortalecer su competitividad internacional. Los empresarios consideran que es necesaria la transmisión efectiva a los miembros de la siguiente generación para darle continuidad al negocio y sus valores. Concluyen que los empresarios prefieren preservar la propiedad en exclusiva para la familia, que vender o traspasar a otros su empresa.

De manera adicional Urrutia et al. (2021), realizaron una evaluación de la situación actual de empresarios mexicanos fronterizos de Ciudad Juárez, México, con operaciones comerciales en El Paso, Estados Unidos. Con el objetivo de analizar los elementos que motivan a las empresas a desarrollar estrategias para vender sus productos en la región binacional. Con un abordaje cuantitativo y cualitativo, a partir de entrevistas a una muestra de empresarios con negocios en El Paso, los resultados destacan las buenas relaciones que existen entre ambos países, permitiendo a los empresarios pyme desarrollar actividades comerciales bajo un ambiente de buenas prácticas.

En el estudio realizado por Blanco et al., (2018), midieron si los empresarios mexicanos que tienen empresas en el sur de Estados Unidos cuentan con las competencias globales personales y culturales necesarias para influir en la internacionalización efectiva de las empresas, lo que les permite ser más competitivas. Para lograr el objetivo, se realizó una investigación cuantitativa con la aplicación de un cuestionario validado y para determinar la confiabilidad del instrumento de recolección, se utilizó a formula de Alfa de Cronbach. Los resultados muestran que los empresarios mexicanos tienen un alto nivel de competencias globales, tanto conocimientos, habilidades y actitudes, como experiencias, que les han ayudado para tener éxito en el mercado estadounidense.

En relación al tema objeto de esta investigación que es la creación de una propuesta de plan de internacionalización de chorizo Sinaloense, producto derivado del cerdo, Magaña et al. (2023) plantean en un estudio de competitividad de la producción mexicana de carne de cerdo en el mercado internacional y observan que la mayor parte de las ventas de carne de cerdo de México al exterior se dirigen a dos países, los Estados Unidos y Japón, y que la posición competitiva de esta exportación no se sustenta en su calidad, ni en factores institucionales, sino que es producto de

sucesos ocasionales o volátiles relacionados con los movimientos cambiarios y con la imposición a los países competidores de barreras no arancelarias por parte de los países importadores.

En el proceso de internacionalización, existen tres principales hitos por los cuales las empresas deben pasar, hito uno: la exportación, esta puede ser directa o indirecta, es directa cuando se realiza desde el interior de la empresa mediante el departamento de exportación e indirecta, mediante agentes independientes o distribuidores en el país destino. Hito dos: La concesión de licencias, cuyo objetivo se ve pactado en acuerdos contractuales sobre la explotación conjunta a otro agente del mercado destino. Hito tres: la inversión directa, esta se efectúa aumentando considerablemente la inversión, con el fin de consolidar la presencia de manera permanente en los mercados extranjeros estratégicos. (Sainz, 2015).

La empresa que desea someter sus operaciones a la internacionalización debe hacer de manera muy consciente un análisis y reflexión sobre cada una de las decisiones con el objetivo de correr los menores riesgos y cometer los menores errores posibles, es decir que la compañía puede realizar con éxito la estrategia de internacionalización que considere más adecuada dependiendo la etapa en la que se encuentre de su proceso. A continuación, se definen las diferentes estrategias y objetivos de acuerdo con García (2012). Ver tabla 1.

**Tabla 1**

*Estrategias de internacionalización*

<b>Estrategia</b>	<b>En qué consiste</b>	<b>Estrategia</b>
<b>Importación</b>	Comprar las materias primas o componentes que se incorporan al proceso productivo, de la empresa, a proveedores localizados en mercados exteriores.	Cómo conseguir proveedores en mercados exteriores.
<b>Exportación</b>	Vender de forma recurrente y estable lo que produce la empresa a clientes en mercados exteriores.	Cómo conseguir clientes en mercados exteriores.

<b>Acuerdos internacionales de cooperación empresarial</b>	Es la cooperación entre empresas de diferentes países con una duración determinada, con el propósito de conseguir un objetivo en común.	Como conseguir un acuerdo con la empresa socio, adecuada en función de cumplir el objetivo en común.
<b>Inversiones directas en el exterior</b>	Consiste en una empresa fundada en un país diferente del inversor, constituida según la ley del país destino, la cual puede ser individual o sociedad.	Como conseguir las empresas en el país destino.
<b>Proyectos en mercados exteriores</b>	Conseguir proyectos para reunirlos en mercados exteriores, este proyecto puede combinar características de todos los anteriores.	Como conseguir contratos de proyectos en mercados exteriores.

Fuente: Elaboración propia con datos de García, (2012).

Dentro de la literatura consultada se aprecia el modelo de innovación que surge en Estados Unidos, donde los autores Bilkey y Tesar, (1977); Cavusgil, (1980); Reid, (1981); Czinkota, (1982), citados por Cardozo (2013), exponen la tesis de que la internacionalización es un proceso de innovación empresarial, básica para las pequeñas y medianas empresas. Dicho modelo indica la relación entre internacionalización e innovación consiste en asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio; El modelo en general propone las siguientes etapas de desarrollo de la actividad internacional de una empresa: 1. Mercado doméstico, 2. Pre exportadora, 3. Exportadora experimental, 4. Exportadora activa y 5. Exportadora comprometida.

Quirk, (2014) explica que existen seis estrategias para la internacionalización de las pymes, las cuales se ajustan a sus objetivos y líneas de acción a seguir para lograrlos: Inversión directa; Alianza con un socio local, es decir una empresa mixta; Tener un departamento dedicado

al comercio exterior; Realizar plan de marketing internacional; Elaborar un plan estratégico con metas y objetivo y buscar asesoría de negocios locales.

Por otra parte, se encuentra el modelo de planeación sistémica, el cual propone Miller (1993) citados por Li, Li y Dalgic (2004) y por Cardozo et al. (2013), el cual sugiere que las empresas siguen diez pasos en su proceso de internacionalización y selección de varios planes de operación en el extranjero. De los cuales se presentan cinco en resumen: Medición de oportunidades de mercado; Planteamiento de objetivos; Selección del modo de entrada; Formulación del plan de mercadeo y Ejecución. Cuyo modelo se encuentra soportado por varios estudios de caso.

La Secretaría de Economía del Gobierno del Estado de Sinaloa (2023), en su guía básica para exportar, plantea seis pasos para introducir un producto en el mercado internacional por medio de la exportación, los cuales son: Definir el producto; Seleccionar el mercado destino; Conocer requisitos y trámites de exportación; Revisar los costos; Integrar a los actores y Generar el plan de acción. Con esta guía se encamina a los productores e interesados en iniciar con un proceso de internacionalización en el estado de Sinaloa a cumplir con sus objetivos, solo se necesita tener un producto que cumpla con el mínimo básico para ser exportable.

Por último se consultó el documento Ruta para exportar, en el cual propone una guía para micro, pequeñas y medianas empresas (MiPy,MEs) mexicanas que buscan exportar, la cual se compone de 9 pasos los cuales son: 1. Determinar el Producto. 2. Determinar el mercado. 3. Regulaciones arancelarias. 4. Regulaciones y restricciones no arancelarias. 5. Documentos y trámites de exportación, 6. Proceso de exportación, 7. Términos de negociación internacional, 8. Formas de pago internacional y 9. Contratos internacionales (Secretaría de economía, 2020).

## Material y método

La presente investigación es de tipo cualitativa, que como lo menciona Baena (2017), este tipo de investigación detalla hechos conocidos, fundamentados sobre todo en la revisión de la literatura, pero también en la experiencia y el contexto en el que se desarrolla la investigación, orientándose en valorar procesos estudiados con anterioridad y aprender de experiencias del investigador.

Este tipo de investigación cualitativa deja sentada las bases para la aplicación del proceso de exportación de chorizo de cerdo estilo sinaloense de México a Estados Unidos de América. A través de la investigación documental, que permitió conocer a profundidad sobre el objeto de estudio, se realizó una revisión bibliográfica y consulta de las fuentes de información que tienen que ver con el tema de investigación, dentro de los que destacan: artículos con propuestas y casos de estudio de exportación nacionales e internacionales, leyes, reglamentos, acuerdos, tratados, estadísticas oficiales, y análisis de datos de organismos nacionales e internacionales.

La investigación es descriptiva, ya que de acuerdo con Hernández (2014), estos tipos de estudios buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. La presente investigación se llevó a cabo mediante un estudio de caso, para Taylor & Bodgan, (1987), el estudio de caso es reconocido como un método de investigación en las ciencias sociales y trata sobre como recoger datos descriptivos, es decir, las palabras y conductas de personas sometidas a la investigación, esto es, el estudio fenomenológico de la vida social.

Por otra parte, Chetty (1996) considera que en el método de estudio de caso los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos. Que fueron las fuentes consultadas para efectos de recopilar datos en la presente investigación.

Este estudio, se define como descriptivo, ya que como se menciona en (Hernández, et al., 2006) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles

importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que someta a un análisis. También mide distintos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, se selecciona una serie de cuestiones y se recolecta información sobre cada una de ellas para describir lo que se investiga.

### **Presentación y discusión de los resultados**

De acuerdo con la literatura consultada, de manera coincidente, se observa que la forma en que una empresa realiza su proceso de internacionalización es fundamental para que esta funcione de manera adecuada o de lo contrario este destinada al fracaso, se deben tomar en cuenta factores como características del mercado destino, legislación, comportamiento de compra, factibilidad de producto a internacionalizar, capacidad económica de la empresa, entre otros, que hacen que tan importante elección sea planeada, organizada y ejecutada con éxito.

Para el objeto de estudio que se propone en el presente, la exportación, es la estrategia de internacionalización adecuada, ya que el chorizo de cerdo estilo sinaloense, es producido por una mediana empresa de alcance regional, pero que cuenta con capacidad exportadora, que de acuerdo con Stefan (2012), para que cumpla con esta distinción, se debe considerar la capacidad gerencial, el capital humano, la capacidad productiva de la empresa y el producto que se quiere introducir en el mercado internacional, la inteligencia comercial y el desarrollo de su capacidad comercial, todos los anteriores son lineamientos que cumple la empresa considerada para esta investigación.

Con datos del Consejo Mexicano de la Carne, el sector cárnico en México es una industria consolidada. Anualmente elabora más de 1 millón de toneladas de productos con un valor de 41,500 millones de pesos, lo que representa el 23% de la industria alimentaria y 32% del PIB agropecuario. Esta derrama económica se genera y permanece en el país. La entrada en vigor del T-MEC permitirá que el flujo comercial siga fortaleciéndose y a la vez consolidará la competitividad que como región se ha tenido desde hace más de veinticinco años (Suárez, 2020).

En 2022, el intercambio comercial total de embutidos y productos similares de carne de cerdo, despojos o sangre; Preparaciones alimenticias a base de estos productos en México fue de

\$284 millones de dólares. Los países con más compras internacionales a México fueron Cuba con \$23.1 millones de dólares, Estados Unidos con \$7.29 millones de dólares, Guatemala con \$312 mil dólares, Ecuador con \$54.7 mil dólares y Emiratos Árabes Unidos con \$16 mil dólares (Data México, 2022).

Se presenta a continuación la metodología propuesta por la Secretaria de Economía (2020), denominada Ruta para exportar, en el cual se define la guía de pasos para micro, pequeñas y medianas empresas (MiPy,MEs) mexicanas que buscan exportar, donde el primer paso es: Definir el producto; en este sentido se describe a continuación las características, físicas, técnicas y comerciales del producto exportar, el cual es chorizo estilo sinaloense. Así como los nueve pasos de la ruta como propuesta de internacionalización del chorizo estilo sinaloense.

#### *Paso 1. Definir el producto.*

El chorizo es un embutido producido a base de carne de cerdo, representativo del estado de Sinaloa, como se menciona anteriormente es de origen español y adoptado a la gastronomía mexicana, por su rico sabor, se encuentra disponible muy a menudo en las mesas de los restaurantes y hogares de los mexicanos, ya sea para desayuno, comida o cena, ya que por su distinguido sabor se puede comer solo o acompañado de otros productos que enriquecen el paladar. A continuación, se presentan algunas características reales y otras propuestas del producto a exportar. Ver tabla 2.

**Tabla 2.**

*Características del producto a exportar*

<p><b>Ingredientes:</b> Carne de cerdo, chile guajillo, chile pasilla, ajo, vinagre, aceite, orégano, pimienta, comino, clavos de olor, paprika, jengibre, agua, sal y conservador.</p>	<p><b>Empaque:</b> <b>Bolsa stand up pouch, transparente con zipper, cuya función resellable hace que se pueda guardar y conservar mejor el contenido restante.</b></p>
<p><b>Etiqueta:</b> Debe contener el país de origen, quién lo produce, ingredientes, nombre comercial, dirección del exportador, registro ante la autoridad competente, peso neto, cantidad o volumen, instrucciones de uso y almacenamiento, fecha de producción y caducidad, número de lote, sello o indicación del cumplimiento de las normas de calidad requeridas, datos en el idioma del país importador, tamaño de letra legible.</p>	<p><b>Embalaje:</b> El <i>box pallet</i> tratado, es resistente al agua interior y exterior, lo que le permite estar en contacto directamente con los alimentos, así como cualquier tipo de aplicación en envases que pueden estar en contacto con alimentos, por lo que se ajusta a la normativa FDA y Codex Alimentario para productos en contacto con alimentos, que se abordarán más adelante.</p>
<p><b>Certificación:</b> La empresa cuenta con la certificación tipo Inspección Federal (TIF), es un reconocimiento que otorga la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, en México, a los establecimientos que tienen instalaciones adecuadas y cumplen con las normas de higiene e inocuidad de los productos cárnicos. Es un requisito indispensable para exportar, ya que tiene reconocimiento internacional. Se deberá trabajar en los requisitos del país destino, desarrolladas en los puntos siguientes.</p>	<p><b>Fracción arancelaria:</b> 1601000302 Embutidos y productos similares de carne, despojos, sangre o de insectos; preparaciones alimenticias a base de estos productos. De la especie porcina.</p> <hr/> <p><b>Peso:</b> 250 gramos</p>

Fuente: elaboración propia con datos de: ABC pack, (2023), PROFECO (2023), información de la empresa, y LIGIE (2023).

### *Paso 2. Seleccionar el mercado destino*

Después de seleccionar el producto que se desea exportar, es necesario analizar el posible mercado destino. Se recomienda explorar primero, a los mercados que ofrecen ventajas arancelarias, y después a, los mercados naturales geográficamente cercanos, para minimizar los costos de transporte (Secretaría de economía, 2020). En este sentido, se propone que el mercado óptimo para la exportación de chorizo de cerdo estilo sinaloense es Estados Unidos de América (EUA), en específico Los Ángeles California, debido a que representa el principal condado en cantidad de inmigrantes mexicanos con una población de 1,218,500, quienes serán el *target* del producto a exportar (Migration Policy Institute, 2022).

A raíz de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), hoy Tratado México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), el comercio entre México y estados Unidos se ha incrementado de manera exponencial, de acuerdo con el Instituto de Geografía y Estadística (INEGI), en el primer trimestre del año 2023, las exportaciones de bienes no petroleros hacia Estados Unidos incrementaron un 5.2% a tasa anual. El valor de las exportaciones agropecuarias y pesqueras, en el octavo mes del año en curso, fue de 1 388 millones de dólares (INEGI, 2023).

Se consideran elementos económicos, políticos, técnicos legales, socioculturales y de mercado que se mencionan en la Ruta para exportar, los cuales se abordaron de manera general. Iniciando por los económicos, Los Ángeles California ocupa el lugar 13 de las ciudades más pobladas de EUA, con un ingreso per cápita hasta el 2021, de 39,509.00 dólares, California presentó durante el tercer trimestre del 2022, un Producto Interno Bruto (PIB) de 2,893,948.3 dólares con una tasa de crecimiento del 0.7% anual, lo que demuestra su estabilidad económica (Statista, 2023).

Continuando con el análisis, no existe alguna disputa política entre el país de destino y México que ponga en riesgo las relaciones comerciales entre ambos, por el contrario, la relación bilateral comercialmente hablando se fortalece día a día. En el elemento sociocultural, el producto

va dirigido especialmente a mexicanos viviendo en Los Ángeles California, pretendiendo abordar al “mercado de la nostalgia”, el cual se define como: los hábitos de consumo compartidos por quienes se aferran a sus raíces cuando están lejos de su país de origen y hacen todo lo posible por consumir los productos que conocieron en su infancia, comprenden alimentos, bebidas, artesanías y artículos de regalo entre otros (Romero y Monteverde, 2018).

En cuanto a los elementos del mercado se encuentra que Estados Unidos es un país de los más importantes en el consumo de carne procesada y sus derivados, en la región de América del Norte. El valor total de las ventas de carne procesada aumentó un 40% en 2021 desde 2016. De toda la carne procesada, la carne de cerdo procesada es la más consumida en los Estados Unidos y representa la mayor parte con el 47%. La carne procesada tiene una amplia disponibilidad en supermercados, tiendas de conveniencia, tiendas departamentales y máquinas expendedoras, lo que impulsa aún más el crecimiento del mercado en los Estados Unidos (Mordor Intelligence, 2022).

Las cinco principales empresas procesadoras de carne de cerdo y sus derivados en EUA, ocupando el 79,17% del mercado son: Hormel Foods Corporation, Marfrig Global Foods SA, Sysco Corporation, Tyson Foods, Inc. y WH Group Limited (Mordor Intelligence, 2022). Según datos de *Trade Map* (2023), México exportó hasta el año 2022, 13,810.00 miles de dólares, con una tasa de crecimiento anual de 2018 al 2022 del 107%, en el mismo año en total se exportaron 4,473 toneladas, con un valor unitario de 3,087.00 dólares.

### *Paso 3. Regulaciones arancelarias.*

A continuación, se presentan las regulaciones arancelarias que presenta el producto, según define la Organización Mundial de Comercio (OMC), son los derechos de aduana que se aplican a la importación de mercancías los países, estas proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, y constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos (OMC, 2023).

En la tabla 3 se observa que, para la exportación por parte de México, no existe arancel, por lo que genera ventaja, sin embargo, para la importación por parte de EUA, se debe pagar un arancel

de tipo específico de 8 centavos de dólar por cada kilo, pero al pertenecer al T-MEC, dicho arancel queda exento.

**Tabla 3.**

*Regulaciones arancelarias de México y Estados Unidos de América*

<b>Ley del sistema armonizado</b>	<b>Fracción arancelaria</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>del Impuesto de exportación</b>	<b>Impuesto de importación</b>
<b>Ley de impuestos generales de importación y exportación (LIGIE)</b>	1601.00.03.02	Embutidos y productos similares de carne, despojos, sangre o de insectos; preparaciones alimenticias a base de estos productos. De la especie porcina.	15%	Exento
<b>Harmonized Tariff Schedule (HTS)</b>	1601.00.20.10	<i>Sausages and similar products, of meat, meat offal, blood or insects; food preparations based on these products: Pork Canned.</i>	Free	8 centavos por cada kilo, pero con el TMEC, es libre.

Fuente: elaboración propia con datos de la LIGIE (2023) y HTS (2023).

*Paso 4. Regulaciones y restricciones no arancelarias.*

Según la Secretaría de Economía (2020), las regulaciones y restricciones no arancelarias (RRNA), son medidas preventivas impuestas por los gobiernos con el objetivo de controlar la entrada o salida de mercancías que pueden incidir de manera negativa en el entorno. Las regulaciones no arancelarias exigidas por el gobierno Estados Unidos de América para el ingreso de mercancías se identifican en la tabla 4.

**Tabla 4.**

*Regulaciones y restricciones no arancelarias exigidas por Estados Unidos de América*

RRNA	Quien lo solicita	En que consiste	Que requiere:
<b>Mercado del país de origen</b>	<i>U.S. Customs and border protection (CBP)</i>	Se define si la mercancía se obtiene o se produce total o parcialmente en el territorio de uno o más de los países del T-MEC, con recursos originarios o no originarios de dichos territorios.	Pueden marcarse utilizando cualquier método, adhesivos, etiquetas, rótulos o pintura, debe ser visible, legible y permanente para sobrevivir a la distribución y manipulación.
<b>Etiquetado y envasado de los bienes de consumo</b>	<i>Federal trade commission (FTC).</i>	El propósito es facilitar las comparaciones de valores y evitar el empaquetado y etiquetado injusto o engañoso de muchos "bienes de consumo" domésticos.	La Ley de Embalaje y Etiquetado requiere que cada paquete de "bienes de consumo" domésticos, lleve una etiqueta en la que figure:  Una declaración que identifique el producto. El nombre y lugar de actividad del fabricante, envasador o distribuidor;  La cantidad neta del contenido en términos de peso, medida o recuento numérico.
<b>Regulaciones y licencia por la FDA</b>	<i>Federal and Drugs Administration (FDA)</i>	Los alimentos importados deben ser puros, saludables, seguros para el consumo, producidos en condiciones sanitarias y contener etiquetas informativas y veraces en inglés.	1.Registro de establecimientos alimentarios. 2.Alimentos enlatados de baja acidez/alimentos acidificados. 3.Número de identificador de horario.

			<p>La FDA realiza exámenes de campo y analiza muestras de alimentos para garantizar que cumplan con las normas aplicables y/o los requisitos de etiqueta. Verifica la base de datos de alertas de importación para garantizar que el fabricante o el producto no esté sujeto a detención sin examen físico.</p>
<p><b>Control de Listeria monocytogenes en productos cárnicos</b></p>	<p><i>Food Safety and Inspection Service. U.S. Departamento of agricultura (USDA)</i></p>	<p>Proporciona recomendaciones específicas que los establecimientos oficiales que producen productos cárnicos y avícolas listos para el consumo con exposición posletal pueden seguir para cumplir con los requisitos.</p>	<p>Cumplimiento de la Regla Listeria. Proporciona información sobre saneamiento, y prevención de la contaminación cruzada. Se aplica a los establecimientos oficiales que elaboran productos cárnicos y avícolas.</p>
<p><b>Inspección de Productos Cárnicos</b></p>	<p><i>Food Safety and Inspection Service (FSIS)</i></p>	<p>Según la Ley Federal de Inspección de Carne, el FSIS es responsable de garantizar que el suministro comercial de carne del país, total o parcialmente, procedente de cadáveres o partes de cualquier ganado vacuno, ovino, porcino y caprino, sea seguro, saludable y esté correctamente etiquetado.</p>	<p>La Ley Federal de Inspección de Carne (FMIA) exige que toda la carne vendida comercialmente sea inspeccionada y aprobada para garantizar que sea segura, saludable y esté debidamente etiquetada. La FMIA exige la inspección de cualquier producto, a partir del cadáver o partes de cualquier ganado vacuno, ovino, porcino y caprino. Los productos cárnicos deben ser inspeccionados</p>

			y aprobados para el consumo humano.
<b>Certificados oficiales de inspección extranjera del FSIS.</b>	<i>Food Safety and Inspection Service (FSIS)</i>	Se aplica a embutidos de puerco procesados térmica y comercialmente en envase o empaque estéril.	Certificación de Análisis de Riesgos y de Puntos Críticos de Control (HACCP).

Fuente: elaboración propia con datos de; CBP (2016), FTC (2023), FDA (2022), USDA (2020), FSIS (2019).

### *Paso 5. Documentos y trámites de exportación.*

Para poder exportar es necesario que la mercancía cumpla con los documentos necesarios para poder ingresar al país al que se exporta. De nada sirve realizar correctamente la venta si la mercancía es detenida indefinidamente en la aduana por errores documentales. A continuación, se muestran los requisitos y documentos que deben contar los exportadores en el proceso de exportación (Secretaría de Economía, 2023).

#### *Requisitos:*

- Registro federal de contribuyentes (RFC)
- Padrón de exportadores
- Registro de marca ante el instituto mexicano de propiedad industrial
- Registro en el directorio digital de exportadores
- Registro en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM) ante la cámara correspondiente.
- Autorización de uso de la marca “Hecho en México”.
- E-firma (firma electrónica)
- Registro Ventanilla única de comercio exterior (VUCEM)

### *Documentos:*

- Encargo conferido
- Factura comercial
- CFDI con complemento de comercio exterior
- CFDI con complemento carta porte
- Documento de embarque
- Certificado de origen
- Certificado sanitario
- Lista de empaque
- Pedimento de exportación

### *Paso 6. Proceso de exportación*

Una vez que ya se ha vendido el producto, hay que concretar la exportación en las siguientes etapas, mismas que se detallan en los siguientes pasos.

1. Preparar el embarque.
2. Realizar el proceso de transporte y contratar un seguro que ampare las mercancías.
3. Proceso de despacho aduanal

### *Paso 7. Términos de negociación internacional.*

Los *International Commerce Terms* (INCOTERMS) son los términos o negociaciones, que se estipulan en un contrato de compraventa, en este se determinan: las obligaciones de las partes, los costos en relación con el transporte y la cadena de suministro, las obligaciones pagaderas en aduanas, fecha de entrega y transmisión de riesgos del exportador al comprador, entre otras, es decir limita las responsabilidades del comprador y vendedor en el comercio internacional (Cabrera, 2020).

Para asegurar que el chorizo de cerdo estilo sinaloense se conserve en buen estado, siendo perecedero, requiere de transporte refrigerado y cadena en frío, el incoterm que se propone utilizar para esta exportación es DDP (*Delivered Duty Paid* / Entregado con derechos pagados). El vendedor, en este caso, tiene las máximas obligaciones: la transferencia de los gastos y riesgos se efectúa en el momento de la entrega donde el comprador. El pago de derechos de aduana de importación también le incumbe.

El vendedor tiene la obligación de recibir la mercancía en el lugar de destino convenido y pagar los gastos de descarga. Además, debe comunicar al vendedor la necesidad de proporcionarle toda la información relacionada con la seguridad que fuese necesaria para la exportación, la importación y el transporte de las mercancías a su destino final. Para precisar el vendedor se encarga de: embalaje, aduana de exportación, carga, transporte principal, seguro de transporte, seguro, descarga, aduana de importación, entrega de mercancía con el comprador. De esta manera se asegura que el producto llegue en las condiciones óptimas al mercado (Santander trade markets, 2023).

#### *Paso 8. Formas de pago internacionales.*

En el comercio internacional se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías. De manera general, algunas de ellas son las siguientes, clasificadas por su nivel de seguridad:

- Bajo: cheque y giro bancario.
- Medio: orden de pago de cobranza bancaria internacional.
- Alto: carta de crédito.

Es indispensable negociar y dejar claramente establecido en los contratos o convenios celebrados, quién y cómo cubrirán los gastos, y las comisiones de los bancos que intervengan en la instrumentación de la forma de pago elegida, para efectos de esta investigación se propone

utilizar la carta de crédito, la cual es un documento expedido por un banco, en donde afirma su compromiso de pagar a alguien una cantidad exacta de dinero, por cuenta de un comprador, siempre y cuando el vendedor cumpla con los términos y condiciones específicas. así que por ser la primera vez que se incursiona con el producto en mención es que cuenta con mayor certidumbre (Secretaría de economía, 2023).

### *Paso 9. Contratos internacionales.*

Un contrato es un acuerdo de voluntades entre dos o más partes, que genera derechos y obligaciones. Hay un contrato internacional cuando una o más personas físicas o morales están domiciliadas en diferentes países. Se debe considerar que el contrato internacional es el documento formal y jurídico que regirá paso a paso toda la operación comercial, además de los aspectos relativos al objeto del contrato, al precio de las mercancías, etc.; asimismo, se pueden incluir otros aspectos como la logística de la operación, los canales de comercialización, los mecanismos de promoción y la solución de controversias internacionales.

Enseguida se mencionan algunas cláusulas básicas requeridas: Objeto, precio, forma de pago, envase y embalaje, entrega de mercancía, responsabilidad civil sobre el producto, patentes y marcas, impuestos, cesión de derechos y obligaciones, cláusula arbitral (Secretaría de economía, 2023).

## **Conclusiones**

La creciente globalización y apertura comercial de México con el mundo en especial con Estados Unidos, ha acelerado el dinamismo de las PYMES de manera considerable, al facilitar los procesos de intercambio entre ambos países, hace que cada vez más empresas estén interesadas en conquistar el mercado norteamericano, ya que EUA, es el principal socio comercial de México, en ese sentido, el chorizo de cerdo estilo sinaloense presenta grandes posibilidades para ser exportado a ese país.

Por lo que el objetivo del presente trabajo de investigación, atiende a través del plan de internacionalización la oportunidad que tiene una empresa mexicana de exportar chorizo de cerdo estilo sinaloense al mercado de Estados Unidos, en especial a la ciudad de Los Ángeles California, bajo la producción y comercialización de una empresa originaria de Los Mochis Sinaloa, México, que por políticas de la empresa se omite su nombre y razón comercial.

IncurSIONAR en el mercado internacional no es tarea fácil, se requiere de conocimiento previo, que de soporte a cada decisión a la que el empresario se enfrenta, estos retos van desde elegir el método o estrategia de entrada, la cual deberá tener como objetivo enfocar al exportador en un mercado competitivo, con posibilidades de desarrollo empresarial y metas claras en cumplimiento de resultados positivos y efectivos, con el firme interés de incrementar sus ganancias y penetración efectiva del mercado extranjero.

Se pudiera pensar que la exportación directa, representa el camino corto y fácil como estrategia de internacionalización ya que es la primera opción, sin embargo, al analizar todos los riesgos y responsabilidades derivadas de dicha operación, se visualiza un panorama no tan certero, sin embargo, para los pequeños y medianos empresarios suele ser la opción más viable, ya que el objetivo principal reside en crear demanda primaria en los consumidores, y estimular el consumo del producto.

El chorizo de cerdo estilo sinaloense tiene grandes posibilidades en el mercado de Los Ángeles California, la empresa productora cuenta con la capacidad exportadora, expresada en cada área de la empresa, se conoce el mercado y se cuenta con un producto innovador, dirigido a una subcultura muy particular, la cual es el “mercado de la nostalgia”, debido a que representa el principal condado en cantidad de inmigrantes mexicanos con una población de 1,218,500, quienes serán el *target* del producto a exportar (Migration Policy Institute, 2022).

Este tipo de aportes a la investigación ofrece a los empresarios, gestores de políticas, sector educación e inversionistas, una herramienta útil acerca de cuáles son las fases de una estrategia de internacionalización, incluyendo los tipos de estrategias, riesgos y oportunidades de cada una. Además, brinda la oportunidad de conocer con claridad cual es el proceso de exportación para una

micro, pequeña y mediana empresa que desea incursionar en el comercio exterior, en específico con Estados Unidos de América.

Se desarrolla una guía proporcionada por la Secretaria de Economía, de la cual se basó la investigación, lo que permite conocer la importancia de la dinámica que debe conocer y aplicar el empresario interesado en exportar productos de consumo derivados del cerdo a EUA. Esta guía ofrece paso a paso el proceso de exportación que va, desde la elección del producto a exportar, identificación del mercado meta, regulaciones arancelarias y no arancelarias por cumplir, proceso de exportación, documentos y trámites, formas de pago, términos internacionales de comercio y contratos internacionales.

Finalmente, este estudio de tipo cualitativo y descriptivo, sugiere seguir realizando investigaciones que sirvan de base para la gran cantidad de empresarios mexicanos con anhelos de incursionar en el mercado de Estados Unidos, saber cuales son las áreas de oportunidad pero también los riesgos de dicho proceso es imprescindible, pero saber también que existe una comunidad de mexicanos viviendo en ese país, los cuales están dispuestos a conocer y consumir productos que les recuerden sus raíces, y a la vez saber que ese producto cuenta con los requisitos técnicos, sanitarios y comerciales requeridos por la política comercial de USA, es garantía de éxito.

## Referencias

ABCpack. (2023, 07 de octubre). *Embalaje para alimentos perecederos refrigerados*.

<https://www.abc-pack.com/noticias/embalaje-para-alimentos-perecederos-refrigerados/>

Baena, G. (2017) *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.

[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)

Blanco-Jimenez, M., Cruz-Álvarez, J., Romo, H. y Tejeda-Villanueva, A. (2018). Internacionalización de las empresas mexicanas en el sur de Estados Unidos y sus competencias globales. *Norte América*, 13(2), 143-168. <http://dx.doi.org/10.20999/nam.2018.b004>

- Boermans, M. & Roelfsema, H. (2015). The effects of internationalization on innovation: Firm level evidence for transition economies. *OpenEconomy Review*, 26, 333-350.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11079-014-9334-8>
- Cabrera, A. (2020). *Manual de uso de las reglas Incoterms 2020*. Marge Books.  
[https://books.google.es/books?id=WSLfDwAAQBAJ&dq=incoterms&lr=&hl=es&source=gbs\\_navlinks](https://books.google.es/books?id=WSLfDwAAQBAJ&dq=incoterms&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks)
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2013). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 1(3).  
<https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264>
- Chan, T., Bustamante, S. y Ordoñez, M. (2018). Análisis de la capacidad de internacionalización de los negocios emprendedores en la ciudad de Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 10(5).  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202018000500169](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500169)
- Chetty, S. (1996). The Case Study Method for Research in Small-and Medium-Sized Firms, *International Small Business Journal*, 15(1). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0266242696151005>
- Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa [CODESIN]. (2021, 23 de septiembre) *Producción Pecuaria en Sinaloa 2020*. <https://sinaloaennumeros.codesin.mx/wp-content/uploads/2021/07/Reporte-30-del-2021-Produccion-pecuaria-2020.pdf>
- Data México. (2022). *Embutidos y Productos Similares de Carne, Despojos o Sangre; Preparaciones Alimenticias a Base de estos Productos*.  
[https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/sausages-and-similar-meat-meat-offal-or-blood-products-food-preparations-based-on-these-products-prepared#:~:text=En%202022%2C%20las%20entidades%20federativas%20con%20mayores%20ventas%20internacionales%20en,Jalisco%20\(US%24381k\)](https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/sausages-and-similar-meat-meat-offal-or-blood-products-food-preparations-based-on-these-products-prepared#:~:text=En%202022%2C%20las%20entidades%20federativas%20con%20mayores%20ventas%20internacionales%20en,Jalisco%20(US%24381k))
- FAOSTAT. (2021). Base de datos estadísticos con relación a la alimentación y agricultura. Disponible en: <http://faostat.fao.org/site/535/DesktopDefault.aspx?PageID=535#ancor> (Consultado 16 de Diciembre de 2021).
- Federal trade commission [FTC]. (2023). *Fair Packaging and Labeling Act: Regulations Under Section 4 of the Fair Packaging and Labeling Act*. <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/fair-packaging-labeling-act-regulations-under-section-4-fair-packaging-labeling-act>
- Food Safety and Inspection Service [FSIS]. (2019, febrero). *FSIS Product Categorization (Import)*.  
<https://www.fsis.usda.gov/guidelines/2019-0010>

- Trade Map. (2023). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*.  
<https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c484%7c%7c842%7c%7c160100%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1>
- García-Pérez, G. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa: cómo realizar negocios internacionales*. España: Pirámide.  
[https://www.google.com.mx/books/edition/Estrategias\\_de\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_de\\_Ub-UBQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=libros+estrategias+de+internacionalizacion&printsec=frontcover](https://www.google.com.mx/books/edition/Estrategias_de_internacionalizaci%C3%B3n_de_Ub-UBQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=libros+estrategias+de+internacionalizacion&printsec=frontcover)
- García, I. (09 de Noviembre de 2017). *Definición de Internacionalización*. Economía simple.  
<https://www.economiasimple.net/glosario/internacionalizacion>
- Garibay, A. (2023) *Guía básica para exportar*. [Seminario web]. Secretaría de Economía del Gobierno del Estado de Sinaloa. <https://www.youtube.com/watch?v=87xA3gM4qJo>
- Harmonized Tariff Schedule [HTS]. (2023). *2023 HTS Revision 11*. <https://hts.usitc.gov/>
- Hernández, R. (2014) *Metodología de la investigación* (6ª edición). McGraw-Hill Education
- Taylor, & Bodgan. (1987). *La observación participante en el campo. Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (1ra edición). Barcelona: Paidós Ibérica.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana.  
<http://187.191.86.244/rceis/registro/Methodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLERI.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2022). *Información oportuna sobre la balanza comercial de mercancías de México enero de 2022*. Comunicado de prensa num. 131/22  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/balcom\\_o/balcom\\_o2022\\_02.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/balcom_o/balcom_o2022_02.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023). *Información oportuna sobre la balanza comercial de mercancías de México agosto 2023*. Comunicado de prensa núm. 561/23.  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/balcom\\_o/balcom\\_o2023\\_09.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/balcom_o/balcom_o2023_09.pdf)
- Ley De Impuestos Generales De Importación y Exportación. (2023, 27 de enero). Secretaría de Economía. Versión numero 2.3. [https://www.snice.gob.mx/~oracle/SNICE\\_DOCS/LIGIE-UNIFICADA-30012023-LIGIE\\_20230130-20230130.01.2023.pdf](https://www.snice.gob.mx/~oracle/SNICE_DOCS/LIGIE-UNIFICADA-30012023-LIGIE_20230130-20230130.01.2023.pdf)

- Magaña-Magaña, M., Leyva-Morales, C., Alonzo-Solís, F. y Aguilar-Urquizo, E. (2023). Índices de competitividad de la producción mexicana de carne de cerdo en el mercado internacional. *Atlantic Review of Economics; La Coruna*. 6(2), 1-19.  
<https://www.proquest.com/openview/9b31bf130e0cbffffd9849f4d186b120/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2028805>
- Meza-González, L. (2016). Internacionalización y creación de nuevos productos y procesos en la industria manufacturera mexicana. *Estudios económicos*, 31(2), pp  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/ee/v31n2/0186-7202-ee-31-02-00235.pdf>
- Migration Policy Institute. (2022). *U.S. Immigrant Population by State and County*.  
<https://www.migrationpolicy.org/programs/data-hub/charts/us-immigrant-population-state-and-county>
- Mordor Intelligence. (2022). Mercado de carne procesada de América del Norte tamaño, participación, impacto de COVID-19 y pronósticos hasta 2028. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/north-america-processed-meat-market>
- Organismos Auxiliares de Sanidad Agropecuaria [OSIAP]. (2023, 23 de septiembre) *Reporte pecuario en Sinaloa*. <https://osiap.org.mx/senasica/sector-estado/sinaloa/Pecuario>
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2023, octubre). *Temas comerciales: aranceles*.  
[https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm#:~:text=Los%20derechos%20de%20aduanas%20aplicados,de%20ingresos%20para%20los%20gobiernos](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm#:~:text=Los%20derechos%20de%20aduanas%20aplicados,de%20ingresos%20para%20los%20gobiernos)
- Procuraduría Federal del Consumidor [PROFECO]. (2023, 07 de octubre). *Certificación TIF*.  
<https://www.gob.mx/profeco/articulos/certificacion-tif>
- Quirk, B. (2014, 23 de junio). *8 características que debe tener una pyme para internacionalizarse*. América Economía. <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/8-caracteristicas-que-debe-tener-una-pyme-para-internacionalizarse>
- Ramos-Barajas, E.(2018). Efectos del comercio exterior en la economía mexicana: un análisis de cointegración 1980-2018. *Tiempo Económico* 8(40), 31-52  
<http://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2020/01/40te2.pdf>
- Romero, B., Hernandez, F., Portillo, M. y Hernandez, C. (2022). Internacionalización de la empresa familiar: un modelo prospectivo. *Información tecnológica*, 33(1), 131-144.  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000100131>

- Romero-Vivar, V. y Monteverde-Valenzuela, M. (2018). El consumo por nostalgia, un negocio creciente en Estados Unidos. *BIOLEX Revista Jurídica del Departamento de Derecho UNISON URC*, 10(18). [https://biolex.unison.mx/index.php/biolex\\_unison\\_mx/article/view/18/167](https://biolex.unison.mx/index.php/biolex_unison_mx/article/view/18/167)
- Sainz-De Vicuña Ancin, J. (2015). *Plan de internacionalización de la PyME en la práctica*. Esic. [https://www.google.com.mx/books/edition/Plan\\_de\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_PYME/\\_qurCQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=libros+estrategias+de+internacionalizacion&printsec=frontcover](https://www.google.com.mx/books/edition/Plan_de_internacionalizaci%C3%B3n_de_la_PYME/_qurCQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=libros+estrategias+de+internacionalizacion&printsec=frontcover)
- Santander trade markets. (2023). *Incoterms*. <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/incoterms>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020). *Carne de porcino, algo más que jamón y tocino*. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/carne-de-porcino-algo-mas-que-jamon-y-tocino>
- Secretaría de economía. (2020, junio). *RUTA PARA EXPORTAR Guía de pasos básicos para MiPyMEs mexicanas que buscan exportar*. [https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/ruta\\_para\\_la\\_exportacion-6.pdf](https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/ruta_para_la_exportacion-6.pdf)
- Statista. (2023, 13 de junio). *Ingresos per cápita de las ciudades más pobladas de Estados Unidos en el año 2021(en dólares)*.
- Stefan Loan. D. (2012). Elaboración de una Metodología para medir la capacidad exportadora de las PyMES's en Venezuela. *Compendium*, 15(28). <https://web-s-ebscohost-com.basesuas.idm.oclc.org/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=85b94893-55ce-481e-a6d0-b7436a5e7bc6%40redis>
- Suárez, C. (2020). *La industria de las carnes frías en México*. Consejo Mexicano de la Carne. <https://comecarne.org/la-industria-de-las-carnes-frias-en-mexico/>
- U.S. Customs and border protection [CBP]. (2016, 13 de octubre). *Chapter 13 - Country of Origin Marking*. <https://www.cbp.gov/trade/nafta/guide-customs-procedures/country-origin-marking>
- U.S. Departamento of agricultura [USDA]. (2020, 16 de agosto). *Inspection of Meat Products*. <https://www.fsis.usda.gov/inspection/inspection-programs/inspection-meat-products>
- U.S Food and Drug Administration [FDA]. (2022, 30 de noviembre). *Importing FDA Regulated Products*. <https://www.fda.gov/industry/import-program-food-and-drug-administration-fda/importing-fda-regulated-products>

¡Que buen chorizo! Mocerito encanta con su tradición en sabor y calidad (2022). *Los titulares*.

<https://titulares.mx/que-buen-chorizo-mocerito-encanta-con-su-tradicion-en-sabor-y-calidad/>

Urrutia, J., Ramos, P. y Gonzalez, C. (2021). Estrategias de internacionalización de empresas: un análisis del clúster fronterizo para branding. *Pensamiento & Gestión* 50. <https://web-s-ebSCOhost-com.basesuas.idm.oclc.org/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=20005778-1399-4acf-baec-779e2341669b%40redis>  
<https://es.statista.com/estadisticas/634288/ciudades-mas-pobladas-en-ee-uu-ingresos-medios-per-capita-en/>

#### CÓMO CITAR

AGUILAR CARVAJAL, R. D., Soto Medina, N., & Acosta Haro, E. (2023). Estrategia de internacionalización para la exportación de chorizo de cerdo estilo sinaloense, de México a Estados Unidos.: Estrategia de internacionalización para la exportación de chorizo de cerdo estilo sinaloense, de México a Estados Unidos. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas - Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa*, (40). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi40.586>



[Neliti - Indonesia's Research Repository](#)

30



