



Año 8, Núm. 20 (Enero - junio 2015)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido para dictamen 11 de enero 2015

Dictaminado favorablemente 13 de mayo 2015

Marco legal para la Promoción y comercialización Agropecuaria

MD. María Guadalupe Almada Quintero¹; MA. Alma Elena Salazar Félix²; MIEF. Rosa
María Moreno Candelas³
MT. Manuel Castro Herrera⁴:

Resumen

En este artículo se practica un análisis de la regulación legal para la promoción de los agroproductos, mismos que toman gran importancia para su estudio por sus características y potencialidades, el análisis se enfoca desde una perspectiva socioeconómica, considerando las políticas, leyes e instituciones encaminadas a la promoción de productos del sector agropecuario en apoyo a las operaciones comerciales de los agroproductores del sur del estado de Sonora en mercados nacionales e internacionales, se analizan documentos tales como la constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Plan Nacional de Desarrollo, Leyes del sector agropecuario, fundamentando que la promoción del sector primario está a cargo del gobierno federal donde surgen las bases para la participación en ferias, exposiciones a nivel nacional e internacional, logrando un documento guía para la formalización de sus operaciones

¹ Licenciada en Derecho egresada de la Universidad de Sonora, Maestría en Derecho Fiscal por la Universidad de Durango, Docente en Universidad Estatal de Sonora, en la Licenciatura en Agronegocios. magaq@hotmail.com

² Licenciada en administración y Maestría En Administración por la Universidad de Sonora, Docente en Universidad Estatal de Sonora, en la Licenciatura en Agronegocios. almitasalazar@msn.com

³ Contador Público egresado del Instituto Tecnológico de Sonora, Maestría en Ingeniería Económica y Financiera por Universidad la Salle Noroeste. Docente en Universidad Estatal de Sonora, en la Licenciatura en Agronegocios. rosymorenoc@hotmail.com

⁴ Contador Público y Licenciado en Administración de Empresas egresado del Instituto Tecnológico de Sonora, Campus Ciudad Obregón, Maestría en Prestador de Servicios Profesionales por el Colegio de Posgraduados Campus San Luis Potosí. Docente en Universidad Estatal de Sonora, en la Licenciatura en Agronegocios. mch6408@hotmail.com



Año 8, Núm. 20 (Enero - junio 2015)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

dentro de un plano legal permitiendo su incursión en los mercados nacionales e internacionales.

Palabras clave- Agroproductos, regulación legal, promoción, mercados.

Introducción

Esta investigación pretende dar a conocer de manera comprensible los principales requisitos establecidos en la legislación para la promoción de agroproductos, frente al resultado de la globalización y sus consecuentes cambios acelerados, con motivo de los grandes niveles de competencia que conducen a nuevas formas de producción y comercialización, lo cual obliga a modificar sustancialmente los conceptos tradicionales de empresas, contratos, productos o tecnologías nacionales. Más aún, en el contexto de la globalización de los mercados, la marcada competencia e internacionalización del derecho, todos los sectores exigen desarrollar planes y acciones que permitan mejorar la competitividad como requisito de la actividad económica, tanto con acciones privadas como por las auspiciadas desde el Estado. Ello conlleva al examen de aspectos antes no analizados, surgiendo así una mayor regulación de la actividad de la promoción de agroproductos, es importante considerar que un adecuado encuadre jurídico y su certeza, aportan al éxito económico de las empresas en sus diversas relaciones jurídicas, en la medida en que facilite y simplifique la gestión y, por tanto, disminuyan los costos de transacción.

Descripción del método

Esta investigación se aborda a través de un enfoque con elementos cualitativos de la información expresada y los datos recolectados empleando el análisis de contenido y del



<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

discurso. Se trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. Se apoya en un diseño exploratorio mismo que permite obtener información relevante acerca del fenómeno que se desea investigar, reunir información acerca de las posibilidades de consecución de información, por lo que ayudan a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener información más completa en un contexto particular, investigar nuevos problemas o sugerir afirmaciones o postulados. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003). En este sentido, a través del enfoque cualitativo y el diseño exploratorio, nos centramos en el análisis literario del marco legal y fundamentos generales en el campo de la promoción y comercialización de agroproductos, partiendo de los objetivos de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable y en relación con los objetivos y acciones de los ejes propuestos del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, que tienden a impactar en la promoción de agroproductos, procurando que este análisis sirva de base a los Productores del Sur de Sonora para conocer la regulación legal en la promoción de sus agroproductos dentro de sus procesos de comercialización.

Resultados

La comercialización de productos representa una de las principales operaciones de las empresas de cualquier giro, y en el ámbito de los agronegocios no es excepción; sin embargo experimentan muchas limitaciones, principalmente baja participación de sus productos en mercados y alta dependencia a una reducida cartera de clientes. Esta problemática se centra principalmente en las operaciones de promoción de los agroproductos y el desconocimiento de los procesos de promoción y la normatividad que rige estas operaciones comerciales por parte de los empresarios del sector agropecuario en el sur del estado de Sonora.



Año 8, Núm. 20 (Enero - junio 2015)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

La promoción es parte del proceso de *marketing* utilizado para incentivar al comprador potencial de bienes y servicios; es el elemento de la mezcla de mercadotecnia que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado, la existencia de un producto y su venta; con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

Actualmente las funciones de promoción de Agroproductos se encuentran subvencionados por el gobierno, a través de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación quien emite las Bases Generales de Participación a los eventos de Promoción de exposiciones y ferias 2013-2014, en apego al Art. 115 de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable en donde el Gobierno Federal prevé apoyar la realización de estudios de mercado y la promoción de productos en los mercados nacionales y extranjeros, asimismo, brindará a los productores rurales asistencia y asesoría entre otras, en operaciones de exportación. (SAGARPA, 2013).

El Gobierno Federal en cumplimiento con lo establecido en el Art. 115 de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, implementa en su Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, las estrategias y objetivos que permitan coadyuvar al logro de las metas establecidas en los ejes de México Próspero con su estrategia 4.10.1 que consiste en; Impulsar la productividad en el sector agroalimentario mediante la inversión en el desarrollo de capital físico, humano y tecnológico con la línea de acción de Impulsar una política comercial con enfoque de agronegocios y la planeación del balance de demanda y oferta, para garantizar un abasto oportuno, a precios competitivos, coadyuvando a la seguridad alimentaria y la de fomentar la productividad en el sector agroalimentario, con un énfasis en proyectos productivos sostenibles, el desarrollo de capacidades técnicas, productivas y comerciales, así como la integración de circuitos locales de producción, comercialización, inversión, financiamiento y ahorro. (Gobierno de la República, 2013).

El eje de México con Responsabilidad Global, consiste en Impulsar y profundizar la política de apertura comercial para incentivar la participación de México en la economía



Año 8, Núm. 20 (Enero - junio 2015)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

global y su estrategia de Incrementar la cobertura de preferencias para productos mexicanos dentro de los acuerdos comerciales y de complementación económicas vigentes, que correspondan a las necesidades de oportunidad que demandan los sectores productivos, así como implementar estrategias y acciones para que los productos nacionales tengan presencia en los mercados de otros países, a través de la participación en los foros internacionales de normalización. (Gobierno de la República, 2013).

Actualmente en México, las dependencias federales, estatales, instituciones de educación superior e investigación y organizaciones de productores, están involucradas en el desarrollo de actividades que reconocen la importancia de los agroproductos como un componente esencial para mejorar la eficiencia productiva, como parte fundamental de los sistemas de producción con el propósito de ofrecer a los consumidores calidad, conservando los recursos naturales y fortaleciendo la cadena de producción-proceso-comercialización, para cumplir con las demandas actuales y futuras, del mercado local, nacional e internacional. (www.sagarpa.gob.mx).

Con fundamento en lo anterior, a través de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, el Gobierno de la República busca incentivar la comercialización de productos en los mercados nacional y extranjero, y con la finalidad de promover la participación de productos agrícolas y pesqueros nacionales en mercado interno y extranjero fueron publicadas las Bases Generales de participación a los eventos de Promoción de Exposiciones y Ferias 2013-2014, que según define esta convocatoria surge para que participe todo aquel interesado ya sea persona física o moral, y pueda acceder a los apoyos contenidos en estas bases generales de participación que operan para la promoción de exposiciones y ferias. Misma que en su población objetivo detalla "Podrán presentar solicitud los participantes para ser beneficiarios directos de las actividades y/o servicios a contratar de los Eventos de Promoción de Exposiciones y Ferias 2013-2014, autorizados por la Secretaría, las personas físicas de nacionalidad



<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

mexicana o las morales, formalmente constituidas conforme a la legislación mexicana, cuya actividad preponderante sea la producción, procesamiento, transformación, empaque, comercialización o promoción de sus productos agropecuarios, pesqueros o acuícolas; preferentemente dentro de una fase del sistema producto o de una cadena productiva; y además, los Consejos Estatales para el Desarrollo Rural Sustentable y los Comités de cada Sistema Producto.

Los requisitos que los productores agrícolas deben de reunir para acceder a los programas de promoción de sus agroproductos están fundamentados en las Bases Generales de participación a los eventos de Promoción de Exposiciones y Ferias 2013-2014, en los que textualmente indica:

Requisitos, las solicitudes de participación deberán ser congruentes con las convocatorias y proyectos de los eventos que al efecto haya publicado <http://www.infoaserca.gob.mx/mexbest/convocatoria2013.asp>, por lo que cada solicitante deberá presentar la siguiente documentación:

Generales.

- Formato de solicitud de participación conforme al Anexo 1 de las presentes bases.
- Información de la Unidad Productiva, Anexo 2 que forma parte de las presentes bases.

Personas Físicas.

- Copia simple de una identificación oficial vigente.
- Copia simple de un comprobante de su domicilio actual.
- Copia simple de su Clave Única de Registro de Población (CURP).
- Copia simple de su Registro Federal de Contribuyentes (RFC).



<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Las Personas Morales, Grupos de Productores Legalmente Constituidos o Representantes de Beneficiarios de la Población Objetivo.

- Copia simple de la protocolización de su acta constitutiva y de sus modificaciones, si las hubo.
- Copia simple de su Cédula de Identificación Fiscal.
- Copia simple de un comprobante de su domicilio fiscal actual.
- Copia simple de la Identificación Oficial con fotografía y firma de su representante legal.
-

Criterios de Elegibilidad

Procedimiento de Selección.

- Pertener a la Población Objetivo precisada en el artículo 3o. de las presentes Bases.
- Enviar a la Unidad Responsable la documentación correspondiente (Anexo 1, Anexo 2, Documentación legal).
- La unidad responsable, con apoyo de las Delegaciones Estatales de la SAGARPA y Direcciones Regionales de ASERCA podrá auxiliar de ellas para la verificación de los datos proporcionados por los participantes en los casos que así lo determine.
- La Unidad Responsable, una vez verificada la información proporcionada por el solicitante, dictaminará la procedencia de cada solicitud, y en caso de estimarla procedente confirmará su participación y le dará seguimiento antes y durante el evento del que se trate.

Los beneficiarios seleccionados participan en misiones comerciales y/o prospectivas, en centros de promoción para la comercialización, desarrollo comercial de proveedores del sector agropecuario, pesquero y acuícola, y desarrollo de capacidades para la comercialización de sus productos en los mercados nacional e internacional, además



Año 8, Núm. 20 (Enero - junio 2015)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

promover y coordinar la participación de organizaciones económicas de productores y organizaciones mexicanas en eventos y ferias nacionales e internacionales especializadas en alimentos y bebidas, presentando una imagen de calidad, diversidad e inocuidad; inducir el enlace comercial entre los productores y los procesadores de productos primarios nacionales, con las principales cadenas de tiendas distribuidoras, restaurantes y hoteles en el país y el extranjero; coadyuvar, a través de estudios en la materia, a entender las tendencias y las exigencias de los mercados de exportación, identificando nichos de mercado para los productos agroalimentarios mexicanos; todo ello con el propósito de lograr que México se consolide como un excelente proveedor de productos agroalimentarios.

De acuerdo a información proporcionada por INEGI, según la tabla 1, en el último año 2013, el valor de las exportaciones de productos agropecuarios fue de 1,009.3 millones de dólares, en el año de referencia, las exportaciones mostraron un avance anual de 15.2 %, en relación al ejercicio 2012, destacando en su incremento los granos tales como frijol con un 137.2 %, Trigo con el 342.0 % y el Maíz con el 121.1 %, lo cual indica que los productos mexicanos agropecuarios tienen gran presencia en los mercados extranjeros. En su contra parte las importaciones en el año 2013 fueron de 977.7 millones de dólares disminuyendo en un 7.9 % en relación al año 2012, cabe mencionar que los productos que bajaron en su importación es el frijol en un 72.8 %, trigo en un 20.9 % y el maíz en un 2.0%, destacando en su incremento el ganado vacuno en un 180.7% y el huevo en un 126.7%, derivado de este análisis de la información sobre la balanza comercial de productos agropecuarios, se refleja un resultado positivo suponemos originado por los programas y proyectos de promoción de los agroproductos implementado por las instituciones de gobierno, asociaciones de productores y el conocimiento de los procesos y los fundamentos legales para tener acceso a los mercados nacionales e internacionales.

Concepto	Valor			Variación absoluta		Variación anual	
	Millones de dólares			Millones de dólares		Porcentaje	
	2011	2012	2013 R	2012-2011	2013-2012	2012/2011	2013/2012
Saldo	-563.0	-610.6	-192.7	-47.6	417.9	8.5	-68.4
Exportaciones	1 821.6	1 774.5	2 058.0	-47.2	283.5	-2.6	16.0
Productos agropecuarios ^{1/}	938.6	875.8	1 009.3	-62.8	133.5	-6.7	15.2
Productos agroindustriales	883.0	898.6	1 048.7	15.6	150.0	1.8	16.7
Alimentos, bebidas y tabaco	867.5	878.3	1 032.3	10.9	154.0	1.3	17.5
Productos químicos	7.7	9.2	12.0	1.5	2.7	19.9	29.5
Productos textiles y del cuero	7.6	11.0	4.4	3.4	-6.6	44.4	-60.1
Otras manufacturas	0.3	0.1	0.0	-0.2	-0.1	-75.7	-91.9
Importaciones	2 384.7	2 385.1	2 250.7	0.4	-134.4	0.0	-5.6
Productos agropecuarios ^{1/}	1 135.7	1 061.9	977.7	-73.8	-84.2	-6.5	-7.9
Productos agroindustriales	1 248.9	1 323.2	1 273.0	74.3	-50.2	5.9	-3.8
Alimentos, bebidas y tabaco	1 199.3	1 270.3	1 216.7	71.0	-53.6	5.9	-4.2
Productos químicos	34.8	37.3	41.0	2.5	3.7	7.2	9.9
Productos textiles y del cuero	11.3	11.7	11.4	0.5	-0.3	4.0	-2.9
Otras manufacturas	3.6	3.9	4.0	0.3	0.1	7.1	2.6

^{1/} Incluye productos pesqueros.

Tabla 1. Balanza Comercial productos agropecuarios fuente (Instituto Nacional de Estadística y Geografía México, 2014)

Es el estado de Sonora el mayor exportador de productos agropecuarios y pesqueros del país, son los principales productores de trigo, uva, espárrago, papa, carne de cerdo y la entidad más importante en la producción pesquera, es la entidad que más divisas genera en el país por la exportación de productos primarios.

En cuanto a la comercialización en mercados internacionales; Sonora es la entidad que más dinero ingresó al país por la venta de sus productos primarios al extranjero. Sus exportaciones agrícolas en el 2010 significaron el 14.3% del total nacional por este concepto.

El producto sonorenses de mayor exportación es la carne (de cerdo y res); seguido de las uvas y el camarón. Mientras que en el sector pecuario, donde Sonora se coloca como el primer productor de carne de cerdo, el cuarto productor de huevo para plato y el octavo productor de carne de res, se alcanzan valores de producción de 11 mil 372 millones de pesos.

Sonora es además la principal fuente de pescados y mariscos en el país, su producción pesquera representa casi la tercera parte de los ingresos del sector en el país, con un valor de producción de 5 mil 037 millones de pesos, siendo líder nacional en camarón, sardina y calamar; y segundo productor de jaiba, los productores de esta región aportan una gran cantidad de productos agropecuarios y pesqueros que cumplen con las mejores prácticas de calidad y sanidad, por tal razón su demanda ha crecido tanto en el mercado interno como en el externo. (SAGARPA, 2011)

La Tabla 2 de Análisis del Marco Legal para la Promoción de Agroproductos proporciona información referente a las disposiciones legales que fundamentan la normatividad vigente en el ámbito promocional de los agroproductos, en ella se detallan artículos, dependencias e instituciones y el ámbito de su competencia, que permiten a los productores agropecuarios del sur de Sonora contar con una guía confiable y dentro de la legalidad para la regulación de sus operaciones de promoción para la comercialización de sus agroproductos.

	Marco Legal		Dependencia y ámbito de competencia
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	<p>Art. 2. Apoyar las actividades productivas y el desarrollo sustentable de las comunidades mediante acciones que permitan alcanzar la suficiencia de sus ingresos económicos, aplicación de estímulos para las inversiones públicas y privadas para la creación de empleos, la incorporación de tecnologías para incrementar su propia capacidad productiva, así como para asegurar el acceso equitativo a los sistemas de abasto y comercialización.</p> <p>Art. 25. El Estado planeará, conducirá, coordinará y orientará la actividad económica nacional, y llevará al cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga esta Constitución.</p> <p>Art. 26. Creación de un plan nacional de desarrollo al que se sujetarán los programas de la administración pública federal. Promoción de condiciones para el desarrollo rural integral, para generar empleo y garantizar a la población campesina su bienestar y participación en el desarrollo nacional, fomentar la actividad agropecuaria.</p> <p>Art. 27. Se reconoce la personalidad jurídica de los núcleos de población ejidales y comunales y se protege su propiedad sobre la tierra, tanto para el asentamiento humano como para actividades productivas. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2014)</p>	SAGARPA	<p>Emite las Bases Generales de Participación a los eventos de Promoción de exposiciones</p> <p>Establece desarrollo de capacidades en el medio rural, el fomento y consolidación de la organización empresarial, otorgando apoyos para desarrollar las capacidades de los productores en aspectos técnicos y administrativos, en la evaluación y rediseño de las estrategias comercial y de abasto en la innovación tecnológica.</p>
Ley de Desarrollo Rural sustentable	<p>Objetivo. Elemento de planeación y organización de la producción agropecuaria, fomentar la industrialización del campo y la comercialización de productos del sector primario, teniendo como fin, beneficiar la calidad de vida de la población rural, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 26 de la constitución-su integración social y productiva, promoverá las condiciones para el desarrollo rural integral, con el propósito de generar empleo y garantizar a la población campesina su bienestar y participación en el desarrollo nacional, fomentar la actividad agropecuaria con infraestructura, insumos, créditos y servicios de capacitación y asistencia técnica, así mismo expedirá la legislación reglamentaria para planear y organizar la producción agropecuaria, su industrialización y comercialización, considerándolas de interés público. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2012)</p>	Plan Nacional de Desarrollo	<p>Siguiendo el mandato establecido en el artículo 26 de la Constitución y la reglamentación de la Ley de Planeación, es el documento en el que se fijan los objetivos, estrategias y prioridades para el desarrollo integral y sustentable del país. Establecerá los programas a desarrollar por el Gobierno Federal para alcanzar los objetivos planteados en el período correspondiente.</p>
Ley de asociaciones agrícolas	<p>Artículo 1. Fija las bases de la organización y del funcionamiento de las Cámaras Agrícolas existentes que, se denominarán Asociaciones Agrícolas.</p> <p>Artículo 2º.- Las Asociaciones Agrícolas se constituirán con la unión de los productores agrícolas del país a fin de promover el desarrollo de las actividades agrícolas de la Nación, la protección de los intereses económicos de sus agremiados, para ello deberán constituirse con apego al primer párrafo del artículo 4o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, de acuerdo con las finalidades indicadas en el artículo siguiente. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2012)</p>	Secretaría de economía	<p>Estudiar y determinar los estímulos fiscales para el fomento industrial, el comercio interior y exterior y el abasto, incluyendo los subsidios sobre impuestos de importación, y administrar su aplicación, vigilar y evaluar sus resultados. Establecer la política de precios. Normar y registrar la propiedad industrial y mercantil; regular y orientar la inversión extranjera y la transferencia de tecnología. Establecer y vigilar las normas de calidad, pesas y medidas necesarias para la actividad comercial; así como las normas y especificaciones</p>
Ley General de Sociedades Mercantiles y Código de Comercio.	<p>Prevé la constitución de figuras asociativas, disposiciones para las sociedades en general, creación de personas jurídicas o morales con patrimonio propio. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2011)</p>	Secretaría de Hacienda y Crédito Público	<p>Promover, dirigir y controlar la política económica del Gobierno Federal en materia financiera, fiscal, de gasto, de ingresos y deuda pública, con el propósito de consolidar un País con crecimiento económico de calidad, equitativo, incluyente y sostenido. (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2014)</p>
Ley Agraria	<p>Reglamentaria del artículo 27 Constitucional.</p> <p>El Ejecutivo Federal promoverá el desarrollo integral y equitativo del sector rural mediante el fomento de las actividades productivas y de las acciones sociales para elevar el bienestar de la población y su participación en la vida nacional.</p> <p>constitución de unión para la coordinación de actividades productivas, asistencia y comercialización</p> <p>109,111,112 y 5. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2012)</p>	Financiera rural	<p>Propiciar condiciones para la recuperación del nivel de vida en el medio rural mediante la oferta de financiamiento, asesoría y capacitación, en beneficio de los productores rurales, sobre todo a través de entidades intermediarias que aseguren el impacto en ellos.</p>
Ley de planeación (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión)	<p>Artículo 1o.- Las disposiciones de esta Ley son de orden público e interés social y tienen por objeto establecer:</p> <p>I.- Las normas y principios básicos conforme a los cuales se llevará a cabo la Planeación Nacional del Desarrollo y encauzar, en función de ésta, las actividades de la administración Pública Federal. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2012)</p>	Bancomext	<p>Bancomext otorga financiamientos destinados a atender los requerimientos tanto de corto como de mediano y largo plazo de las empresas participantes en el comercio exterior mexicano, incluyendo a exportadoras y sus proveedores, importadoras, empresas que sustituyen importaciones y generadoras de divisas.</p>
Ley de ingresos de la Federación	<p>El objetivo fundamental de esta Reforma consiste en crear los mecanismos de inclusión y protección social para garantizar a todos los mexicanos un nivel de vida digno. Con ese fin, se realizan diversas modificaciones en materia de seguridad social y al sistema tributario. Las modificaciones al sistema tributario se orientan a generar los recursos necesarios para financiar la provisión de servicios de protección social, así como a dotar al país de un sistema fiscal más justo y más simple. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2013)</p>	FIRA	<p>Se dedica a apoyar el desarrollo de los sectores rural, agropecuario, forestal y pesquero del país, por medio del otorgamiento de créditos, garantías, capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología a dichos sectores. Se constituye por cuatro fideicomisos públicos constituidos por el Gobierno Federal desde 1954, en los que funge como fideicomitente la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y como fiduciario el Banco de México</p>
Código Fiscal de la Federación	<p>Artículo primero.- Las personas Físicas y las Morales, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2013)</p>		

Tabla 2. Análisis del Marco Legal para la Promoción de Agroproductos. (Fuente propia)



Conclusiones

En base al resultado del análisis documental respecto a la promoción de agroproductos en México se determina que el impulso de la actividad agropecuaria del país es función del ejecutivo federal mediante programas y recursos destinados a la participación en mercados nacionales e internacionales de los productos del sector rural, sentando las bases legales para aumentar la capacidad productiva, empresarial y de organización de los productores que se encuentran inmiscuidos en los agroproductos. Ante los continuos cambios en la normatividad agropecuaria mundial, México no es la excepción ni mucho menos es ajena a la necesidad de nuevos modelos de desarrollo que signifiquen una respuesta a las exigencias productivas con bases legales firmes. Es importante que exista congruencia entre las políticas productivas, calendarización de cultivos, estudios de mercado, asistencia técnica y de manera definitiva una clarificación y clasificación de las normas legales que sustentan la debida promoción de los agroproductos.

Referencias

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2012). *Ley sobre Asociaciones Agrícolas*. México: Cámara de Diputados.
- Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2014). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. México: Camara de Diputados.
- Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión. (2011). *Ley General de Sociedades Mercantiles*. México: Cámara de Diputados.
- Camara de Diputados H. Congreso de la Unión. (2012). *Ley Agraria*. México: Camara de Diputados.
- Camara de Diputados H. Congreso de la Unión. (2012). *Ley de Desarrollo Rural Sustentable*. México: Camara de Diputados.
- Camara de Diputados H. Congreso de la UNión. (2012). *Ley de Planeación*. México: Camara de Diputados.
- Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión. (2013). *Código Fiscal de la Federación*. México: Cámara de Diputados.
- Camara de Diputados H. Congreso de la Unión. (2013). *Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2014*. México: Camara de Diputados.



Año 8, Núm. 20 (Enero - junio 2015)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Eurocentro Nafin México. (11 de Febrero de 2014).

http://www.eurocentro.mx/sector_agroindustria.html. Obtenido de

http://www.eurocentro.mx/sector_agroindustria.html:

http://www.eurocentro.mx/sector_agroindustria.html

Gobierno de la República. (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Gobierno de la República.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México, DF: McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V. .

Instituto Nacional de Estadística y Geografía México. (2014). *Balanza Comercial de Mercancías de México*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía México.

SAGARPA. (2011). *ES SONORA EL MAYOR EXPORTADOR DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y PESQUEROS DEL PAIS*. HERMOSILLO, SONORA: SAGARPA.

SAGARPA. (2013). *Bases Generales de Participación de los Eventos de Promoción de Exposiciones y Ferias 2013-2014*. México. D.F: SAGARPA.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (31 de 01 de 2014). *Secretaria de Hacienda*. Obtenido de www.shcp.gob.mx/LASHCP/paginas/visionMision.aspx