

Publicación mensual
del Banco Nacional de Comercio Exterior

COMITÉ EDITORIAL

Juan Pablo Arroyo Ortiz, Carlos Bazdresch Parada, Javier Beristain Iturbide, Sergio Fadl Kuri, Arturo Fernández Pérez, David Ibarra Muñoz, Alfredo Phillips Olmedo, Gustavo Romero Kolbeck, Francisco Suárez Dávila, Homero Uñas Brambila

REVISTA COMERCIO EXTERIOR

Coordinación editorial

Sergio Hernández Clark
<shernanc@bancomext.gob.mx>

Redacción e información

Alma Rosa Cruz Zamorano, Oscar León Islas, Alicia Loyola Campos, Alfredo Salomón

Edición

Ana Grisel Maldonado, Pilar Martínez Negrete Deffis, Alejandra Luna Guzmán

Diseño

Roberto Escartín Arroyo, Maricarmen Miranda, Mila Ojeda

Distribución

Angélica González Camarillo
Genaro Serrano González
Mabel Alvarado Sánchez

Servicios administrativos

Rocío López Tufiño

Comercio Exterior es una publicación abierta al debate. Admite, por tanto, una amplia gama de ideas que no coinciden necesariamente con las del Bancomext. La responsabilidad de los trabajos firmados es de sus autores y no de la institución, excepto cuando se indique lo contrario.

Pueden reproducirse materiales mencionando la fuente. En libros de distribución comercial se requiere autorización de los autores y de *Comercio Exterior*. El Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., se reserva el derecho de difundir por medios magnéticos o fotográficos el contenido de la revista. Impresa en Imprenta Ajusto, S.A. de C.V., José Ma. Agreda y Sánchez núm. 223, 06820 México, D.F. Autorizada como publicación periódica por el Servicio Postal Mexicano (Sepomex) con el número de registro 09-0043. Distribuida por Sepomex, Netzahualcóyotl núm. 109, Centro, 06080 México, D.F. Características: 218421108. Certificados de licitud de título (núm. 1193) y de contenido (núm. 657) expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 2 de julio de 1981. Número de Reserva de Título: 2002-111 210335100-102. Aparece el primer día de cada mes.

Suscripciones: 5449 9000 exts. 9639 y 6552

Venta de espacios publicitarios

Magdalena Cortés, 5449 9000 ext. 9612

Dirección de la Revista *Comercio Exterior*, Periférico Sur 4333, planta baja oriente, Jardines en la Montaña, 14210 México, D.F. Tels.: 5449 9000 exts. 9639 y 6552; fax: 5449 9495. Correspondencia: A.P. 21 258, 04021 México, D.F.

http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/sp/index_rev.jsp
revcomer@bancomext.gob.mx

i m

Circulación certificada
por el Instituto Verificador
de Medios. Registro 307/02

69 APUNTES DE COYUNTURA

Turquía: entre los atavismos y la europeización

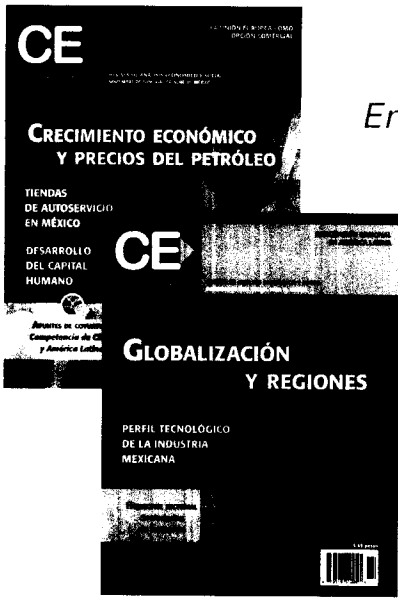
El principal objetivo del gobierno turco en política exterior es lograr la adhesión de Turquía a la Unión Europea, en lo cual hay intereses a favor y en contra. Mientras algunos temen un choque de civilizaciones, otros ven la posibilidad de establecer un puente entre el mundo islámico y el cristiano. En esta nota se presenta un panorama de la problemática, así como un breve recuento económico y sociopolítico de Turquía.

80 Desde el estante

82 Summaries of Articles

84 Recuento gráfico

Uso de internet



En nuestro próximo número:

- Inflación y economía en México
- Gasto público y disciplina fiscal
- Reservas internacionales

**6**

La inocuidad alimentaria en la exportación de hortalizas mexicanas a Estados Unidos

Belem Dolores Avendaño Ruiz, Rita Schwentesius Rindermann y Sonia Lugo Morones

La iniciativa de inocuidad alimentaria de Estados Unidos se puede convertir en una barrera técnica para las exportaciones mexicanas de hortalizas frescas, tanto por la excesiva concentración del mercado estadounidense como por la elevada inversión que demanda el cumplimiento de los requerimientos de exportación, lo cual limita la participación de los pequeños productores en la economía mundial y los restringe al mercado nacional.

20

La competitividad de la yuca seca en la cadena avícola porcícola en Colombia

Antonio Martínez Reina y María Claudia Esquivia Hernández

Desde los años setenta se iniciaron en Colombia los esfuerzos para incluir la yuca seca en la industria de alimentos balanceados para animales, con el fin de disminuir las importaciones de materia prima. Sin embargo, las características del producto y su baja elasticidad precio reducen considerablemente las posibilidades de utilizarse en ese mercado, por lo que se deben buscar formas de uso más competitivas.

24

Cadena del melón en Nicaragua: potencial exportador de los pequeños productores

Alejandro Alemán Treminio, Carlos Francisco Carranza y Rafael Díaz Porras

Del análisis de los mecanismos de operación de la cadena del melón en Nicaragua, se desprende que el mejoramiento de la posición competitiva de los pequeños productores no descansa sólo en la instrumentación de políticas económicas que corrijan las fallas y limitaciones del mercado. También depende del desarrollo de habilidades empresariales que permitan a los involucrados hacer más eficientes sus procesos productivos.

40

Desarrollo local y microempresas agropecuarias en la Ciudad de México

Pablo Torres Lima y Luis Rodríguez Sánchez

En la Ciudad de México y sus alrededores subsisten zonas rurales cuyas actividades agropecuarias, además de mitigar los efectos negativos de la urbanización, muestran la necesidad de formular estrategias de gestión local de sustentabilidad territorial, que a la par de fortalecer el capital regional desarrollen las capacidades ciudadanas y agroempresariales de las comunidades rurales.

CE

comercio exterior

EXPORTACIÓN DE HORTALIZAS A ESTADOS UNIDOS

MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO



APUNTES DE COYUNTURA

*Turquía: entre los atavismos
y la europeización*

