



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
UNIDAD PROFESIONAL
INTERDISCIPLINARIA DE INGENIERÍA
Y CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS



Seminario de titulación:
EVALUACIÓN ECONÓMICA DE NUEVOS PROYECTOS E INGENIERÍA FINANCIERA

Título del Proyecto Final:
EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO DE UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE CAFÉ ORGÁNICO

Integrantes del equipo:

Pasante	No. Boleta	Carrera	Teléfono
Martha Alejandra Bustos Guzmán	2003410340	Administración Industrial	57000914
Karla Erika Vera León	2004601271	Administración Industrial	57581821
David Zavala Ramírez	2004601007	Ingeniería Industrial	58210524

Director de proyecto: Dr. Joas Gómez García

Ing. Pedro Azuara Rodríguez
Jefe de Carrera de Ingeniería
Industrial

Lic. Tomás Huerta Hernández
Jefe de Carrera de Administración
Industrial

Inicio de seminario:
24 de febrero 2009

Término de seminario:
29 de septiembre 2009



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

UNIDAD PROFESIONAL INTERDISCIPLINARIA
DE INGENIERÍA Y CIENCIAS SOCIALES
Y ADMINISTRATIVAS

**“EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO DE
UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE
CAFÉ ÓRGÁNICO**

T E S I S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

P R E S E N T A N :
MARTHA ALEJANDRA BUSTOS GUZMÁN
KARLA ERIKA VERA LEÓN

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

P R E S E N T A N :
DAVID ZAVALA RAMÍREZ

México, D.F.

2009

ÍNDICE

	Página
Índice	
Resumen	I
Introducción	III
Capítulo I Marco Metodológico	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Objetivos	1
1.3 Justificación	2
1.4 Hipótesis	2
1.5 Técnicas de investigación a emplear	2
1.6 Conclusiones del capítulo I	4
Capítulo II Estudio de Pertinencia	5
2.1 Análisis histórico del producto	5
2.2 Megatendencias	6
2.3 Análisis macroeconómico del producto	8
2.4 Desarrollo y crecimiento económico	9
2.5 La influencia en México	10
2.6 Aspectos legales	10
2.6.1 Organización y Administración de la empresa	11
2.7 Marco normativo	16
2.8 Conclusiones de capítulo II	18
Capítulo III Estudio de Mercado	19
3.1 Producto en el mercado	21
3.1.1 Cultivos de sol y sombra	21
3.1.2 Importaciones y exportaciones de café orgánico	21
3.2 Análisis de la demanda	22
3.3 Análisis de la oferta	28
3.4 Relación oferta y demanda	32
3.5 Análisis de precios	35
3.6 Conclusiones del capítulo III	39

Capítulo IV Estudio Técnico	41
4.1 Localización de la planta	41
4.1.1 Macrolocalización	41
4.1.2 Microlocalización	43
4.2 Requerimientos legales	45
4.3 Exportación de café orgánico	47
4.4 Descripción del proceso de producción	55
4.4.1 Capacidad de producción	55
4.4.2 Selección de materia prima	56
4.4.3 Selección de maquinaria y equipo	57
4.5 Organización y administración de la empresa	61
4.6 Conclusiones del capítulo IV	62
Capítulo V Estudio Financiero	63
5.1 Cuantificación de inversión y costos	63
5.2 Presupuestos de ingresos y egresos	66
5.3 Determinación de riesgo del proyecto	68
5.4 Punto de Equilibrio	69
5.5 Cronograma de inversiones	72
5.6 Conclusiones del capítulo V	73
Capítulo VI Evaluación Económica	74
6.1 Calculo de la rentabilidad del proyecto	74
6.2 Determinación de la TREMA (Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable)	75
6.3 Determinación del VAN (Valor Actual Neto)	76
6.4 Determinación de la TIR (Tasa Interna de Retorno)	77
6.5 Análisis de sensibilidad	78
6.5.1 Aumento de la Materia Prima	78
6.5.2 Disminuyen las ventas	79
6.6 Conclusiones del capítulo VI	81
Conclusiones	82
Bibliografía	85
Anexos	91

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal, demostrar la factibilidad económica de la inversión en una comercializadora internacional de Café Orgánico. Esta investigación se llevó a cabo siguiendo los lineamientos y la metodología discutida en el Seminario de Titulación: Evaluación Económica de Nuevos Proyectos e Ingeniería Económica, impartido por el Dr. Joas Gómez García en la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA).

Hoy en día, uno de los sectores más dinámicos en la agricultura mexicana, es la producción orgánica, con un importante crecimiento en la superficie cultivada, por lo que se ha suscitado un auge en la diversidad, consumo y utilización de productos orgánicos y un aumento de zonas y lugares que producen este tipo de bienes.

El café es el producto más relevante en el ámbito de la agricultura orgánica, y México se constituye en uno de los primeros lugares de países productores de café orgánico a nivel mundial. El café orgánico se cultiva y produce en un sistema orientado a la obtención de café de alta calidad, con muchas y diversas cualidades y beneficios para el ser humano, así como la armonía con la naturaleza, lo que implica la protección del ambiente evitando la aplicación de insumos de síntesis química, que dañan y deterioran no solo las áreas de cultivo, si no que afectan directamente al ambiente, aire, agua, la capa de ozono y directamente al hombre.

En México el café se cultiva en 12 estados: Chiapas, Veracruz, Puebla, Oaxaca, Guerrero, Hidalgo, San Luis Potosí, Nayarit, Colima, Jalisco, Querétaro, Tabasco. La época de recolección del café inicia en el mes de septiembre y concluye en el mes de marzo del siguiente año.

El café ocupa el primer lugar como producto agrícola generador de divisas y empleos en el medio rural. Por las características del cultivo emplea para sus labores de limpia, cosecha y beneficiado del grano a tanto a mujeres, hombres y niños que conforman toda la familia.

El sistema de plantaciones de café en nuestro país es bajo sombra, permitiendo conservar el medio ambiente, la flora y fauna, mantos acuíferos, captación de carbono y además de regalar una vista maravillosa a diversos tonos de colores y el verde brillante de sus hojas.

A finales de los 80's los cultivadores de café decidieron desarrollar el café orgánico, que aparte de conservar el equilibrio ecológico de los suelos, se encuentra libre de químicos y contaminantes, y el aprovechamiento de los desechos agrícolas a través del reciclaje y elaboración de composta, y que

se comercializa en los mercados más exigentes de Estados Unidos, Canadá y Europa con un sobre precio.

Ya que México es uno de los principales productores de café en el mundo, su superficie cafetalera representa 3.2 por ciento de la tierra sembrada, según cifras del Consejo Mexicano del Café), y el estado de la República que más produce es Chiapas. También es importante considerar que el consumo del café en el mundo se ha incrementado de forma importante.

El café orgánico adquiere cada vez mayor demanda en los mercados de Europa, Estados Unidos y Japón, y numerosas organizaciones de productores en México se han especializado en este tipo de producto, logrando incluso que nuestro país produzca la mayor cantidad de café orgánico en el mundo y tenga el mayor número de productores, cerca de 40 mil.

Según la Organización Internacional del Café (ICO), Finlandia presenta el consumo per cápita de café más alto, ascendiendo a 12.7 kg. en el 2005. Otros países miembros de la UE con un consumo alto por persona son los países escandinavos, tales como Dinamarca y Suecia. El café es también una bebida popular entre las poblaciones en nuevos países miembros de la UE, tales como Estonia y Eslovenia.

En los últimos años, las importaciones de café aumentaron en 3.1 millones de toneladas. Las importaciones en volumen mostraron un desarrollo relativamente constante. Algunos de los países, que exportan café orgánico a la Unión Europea, pertenecen a América Latina.

Alemania es uno de los principales países importadores de café orgánico con un total de 4,216 toneladas, seguido de Bélgica y Holanda con 1,402 y 742 toneladas respectivamente, lo que indica una demanda considerable de café orgánico en el año 2005.

Hoy en día, a nivel internacional, en el ámbito del café orgánico, México ocupa:

- Quinto lugar como productor de café, después de Brasil, Colombia, Indonesia y Vietnam.
- El quinto lugar por la superficie de cultivo, con alrededor de 750 mil hectáreas.
- El noveno lugar por su rendimiento
- El primer lugar en la producción de café orgánico certificado.
- México es la nación productora con el menor nivel de consumo interno.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación evalúa, la rentabilidad económica de la creación de una empresa comercializadora de café orgánico, la cual será comercializada en el mercado de la Unión Europea, tomando en cuenta que México y la UE, cuentan con acuerdos internacionales para el comercio entre los países integrantes de la UE tales como Alemania, España y Francia entre otros y México.

Este proyecto se evalúa bajo un enfoque interdisciplinario, con el fin de realizar cada etapa de la evaluación de manera adecuada y obtener resultados confiables para la toma de decisiones, se lleva a cabo gracias a los conocimientos adquiridos en las carreras de Ingeniería Industrial y Administración Industrial, que llevarán a esta investigación a logro de cada uno de los objetivos.

Existen muchas historias con relación al origen del café, una de ellas dice que por el año de 1140 en Abisinia, unos pastores se dieron cuenta que sus cabras se ponían muy inquietas y se dieron a la tarea de investigar el porqué, y descubrieron que comían unos frutos rojos que se daban en unas matas. Los pastores tomaron los frutos y prepararon una bebida caliente para protegerse del frío nocturno del desierto. Se dice que esa bebida es lo que conocemos hoy como café.

La bebida conocida como café, se obtiene por infusión a partir de los frutos y semillas del cafeto, que contiene una sustancia estimulante llamada cafeína. El cultivo del café está muy extendido en numerosos países tropicales, en especial Brasil, que concentra poco más de un tercio de la producción mundial. El café es uno de los principales productos de origen agrícola comercializados en los mercados internacionales y a menudo supone una gran contribución a las exportaciones de las regiones productoras.

El café ha sido, a través de la historia, alabado, prohibido, criticado, simbolizado, etc. Apareció un tratado anónimo, en donde se especifican las cualidades que se atribuyen a la bebida fría y/o húmeda, expulsa los vientos, tonifica el hígado, además de algunas otras propiedades benéficas para el cuerpo humano.

Poco a poco el consumo de la bebida se fue difundiendo y popularizando, cobijada la afición por la fe islámica, en las continuas peregrinaciones, y marchando a la par de las expediciones y las invasiones árabes. Después serán los mercaderes árabes que, mediante acuerdos con comerciantes venecianos y franceses, lo embarcarán a Europa. Más tarde la ruta del Mediterráneo cayó bajo el control de los holandeses, que abastecían la demanda desde las plantaciones de Java y Sumatra. Seguidamente el comercio se repartió en las rutas del Extremo Oriente entre

holandeses, ingleses, españoles y portugueses, mientras que en las rutas de América dominan los franceses, ingleses y portugueses. De acuerdo con los atributos y características antes mencionadas, el café orgánico de América Latina y México, es principalmente consumido en países desarrollados del hemisferio Norte. Entre 2001 y 2004, el consumo de café en la Unión Europea (UE), mostró un crecimiento sostenido, con una tasa anual media del 1% durante ese periodo. En el 2005, sin embargo, el consumo cayó un 6%, totalizado 36.8 millones de sacos (2.2 millones de toneladas), representando un consumo per cápita de 4.81 kg. al año.

En los últimos años, las importaciones de café aumentaron en 3.1 millones de toneladas. Las importaciones en volumen mostraron un desarrollo relativamente constante. Algunos de los países, que exportan café orgánico a la Unión Europea, pertenecen a América Latina. Alemania es uno de los principales países importadores de café orgánico con un total de 4,216 toneladas, seguido de Bélgica y Holanda con 1,402 y 742 toneladas respectivamente, lo que indica una demanda considerable de café orgánico en el año 2005.

El Café es el segundo producto de importancia en el mercado internacional, solamente atrás del petróleo. En el mercado internacional el café se encuentra dentro de los diez primeros productos con mayor valor.

Actualmente se produce alrededor de 11, 200,000 toneladas métricas de café al año en los países de Centro América y México. En el caso particular de México, el estado de Chiapas, ocupa el primer lugar en la producción de café orgánico, y aporta el 35% al conjunto de la producción nacional.

Entre los principales exportadores de café orgánico se encuentran: México (20.5%), Guatemala (9.6%), Kenya (9.6%), Nicaragua (6.8%), y Tanzania (6.8%). Entre los principales importadores están: Alemania (37.3%), los Países Bajos (28.8%), y Estados Unidos (25.5%).

Entre los años 1975 y 2000 la tendencia del consumo mundial de café sufrió cambios importantes en los grandes centros mundiales de importación. Estos cambios se vincularon con cambios del modo de vida de las sociedades industrializadas tales como los posibles efectos de la cafeína sobre la salud y la competencia de bebidas sustitutas del café, como los jugos naturales y las aguas embotelladas. Ello provocó un retroceso de los niveles medios de consumo de café por habitante en Estados Unidos y Europa Occidental en los setenta y ochenta.

La principal característica de este mercado es un crecimiento sostenido de la producción y las áreas cultivadas bajo condiciones orgánicas a nivel mundial en los últimos años. Hasta diciembre del 2001, más de 17 millones de hectáreas habían sido convertidas a orgánicas, lo que representa un incremento de más del 15% en relación al año anterior.

El área total de café orgánico certificado a nivel mundial ha incrementado. México y Perú fueron los países productores más importantes en Latinoamérica (93 039 y 37633 respectivamente). La comercialización de café orgánico certificado en 1995 alcanzó el valor de 7500 toneladas, una cifra equivalente al 0.12% del consumo mundial de café.

Dentro del mercado mundial, México se encuentra en el lugar número cinco como productor y exportador de café orgánico. Con 4.6 millones de sacos después de Brasil, que produjo el 32.0 millones, Colombia 12.0, Vietnam 11.6, Indonesia 6.6, India con 5 millones. De la producción total, México exporta alrededor de 84.5% en 2000, con especificaciones sobre la calidad del producto.

En los últimos 5 años la tendencia del precio internacional del café mexicano llegó a su máximo en 1995 con 160.75 centavos de dólar por libra, y su nivel mínimo fue en 1992 con 46.65 centavos para el año 2000, el precio fue de 64.08 centavos de dólar por libra, precio menor al pagado por el café Colombiano y Brasileño.

En el ámbito de los precios internacionales, una de las características más importantes del mercado mundial del café es la alta volatilidad de los precios. Esta característica afecta particularmente a los productores directos y sus beneficios generalmente son capitalizados por los intermediarios, los cuales, especulan acumulando existencias cuando los precios bajan, y las colocan en el mercado durante los periodos de alza de las cotizaciones.

Sin embargo, en 1998 nuevamente los precios del café comenzaron a descender, el café arábica descendió un 50% entre enero y octubre de ese año al pasar de \$1.80 USD por libra (1.8 \$/lb.), a cerca de \$0.90 USD por libra (0.90 \$/lb.), iniciando una pequeña recuperación en noviembre de ese mismo año.

La macro localización se refiere a la selección de la región y/o estado donde se localizará el proyecto. Para este estudio se tomarán en cuenta los criterios tales como Mano de obra, Proveedores, Transporte, Costo Total del proyecto, Aduanas, Clima, Infraestructura, Ventaja competitiva y la calidad del producto, para determinar la mejor ubicación de la planta. Los criterios que se analizarán para llevar la ubicación de planta.

La planta se ubica en el estado de Chiapas, y cuenta con las siguientes características: colinda al este con la frontera de Guatemala, al oeste con el estado de Oaxaca, al norte con el estado de Tabasco, al sur con el Océano Pacífico y al noroeste con el estado Veracruz. Se divide en 118 municipios y en 7 regiones fisiográficas: llanura costera del pacífico, Sierra Madre de Chiapas, depresión central, bloque central, montañas del norte, montañas del oriente y llanuras aluviales del norte.

Cabe mencionar que el banco de comercio exterior actualmente cuenta con programas de fomento a las exportaciones que están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de las empresas y permiten su incorporación adecuada al mercado mundial. Con base en la reducción de cargas arancelarias para los insumos, partes y componentes que se incorporarán en el producto de exportación y la simplificación de trámites administrativos por parte del Gobierno Federal.

La exportación es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero. Según PROMÉXICO, expidió una “Guía Básica del Exportador”, la cual ayudará a determinar el mejor proceso de exportación del café orgánico de la Comercializadora Internacional.

Para una mejor exportación, la Guía Básica del Exportador publicada por BANCOMEXT (ahora PROMEXICO), en el año 2008, recomienda que el exportador cuide los siguientes aspectos:

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.
- Calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de sus costos
- Contar con contratos internacionales que consideren los derechos y obligaciones de las partes
- Contratar seguros
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historias de pago.
- Usar cartas de crédito
- Aprovechar los apoyos de fomento a los exportadores del Gobierno Federal.

Para determinar el costo de los recursos necesarios para la creación de la empresa, el costo total de la operación, así como el costo de exportación y comercialización, se debe de llevar a cabo un estudio financiero.

Los costos de producción que se deben de tomar en cuenta son, el costo de mano de obra, materia prima, envases, energía eléctrica, costo de agua, combustible, control de calidad, mantenimiento, depreciación y amortización.

Los costos de administración son aquellos costos que se generan para realizar la función de administración de la empresa, dentro de estos costos se deben de incluir los sueldos de gerentes, secretarías, contadores, auxiliares, directores, además de incluir también al personal que se encarga de llevar a cabo nuevos proyectos, planeación de producción, nuevos proyectos. Así como también las depreciaciones y amortizaciones.

El costo de venta, son los costos que implica vender el producto, incluyéndose en este caso el sueldo de los vendedores, chóferes, la publicidad que se utilizará.

Los gastos de exportación incluyen el costo de transporte de México a la Unión Europea. Según la empresa OPESA, el costo de transporte marítimo es de \$35,000.00, lo cual ya incluye, transporte, ayuda con carga y descarga de producto y refrigeración adecuada.

La presente investigación ayudará a determinar el establecimiento de cambios generados por un proyecto en este caso la rentabilidad de una empresa comercializadora internacional de café orgánico, comparando el estado actual y el estado previsto en su planificación, es decir, se intenta conocer que tanto el proyecto lograra cumplir los objetivos de ventas, exportación y crecimiento, o bien que tanta capacidad tiene dicha empresa para cumplir los objetivos establecidos.

En esta evaluación se obtendrá información para la toma de decisiones, por lo cual también se puede considerar como la actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con los fines establecidos. Además de que ayuda a promover una mayor eficiencia en la asignación de recursos.

La investigación y desarrollo del trabajo se llevó a cabo de la siguiente manera:

Capítulo I Marco metodológico, se fijarán los lineamientos para llevar a cabo los procedimientos a seguir, que incluyen lo capturado en este capítulo, para recabar la información necesaria y dar respuesta a las interrogantes que se están planteando en la investigación,

Capítulo II Estudio de pertinencia, muestra el análisis histórico del producto, así como el aspecto macroeconómico, desarrollo y crecimiento económico.

Capítulo III Estudio de mercado, recolección y evaluación de los factores que intervienen en la oferta y demanda del producto, como el precio, la plaza y la competencia. Permite determinar el segmento del mercado al que se enfocará, y la cantidad del producto que se desea vender.

Capítulo IV Estudio técnico, en base a los resultados del estudio de mercado se decidirá que infraestructura será la necesaria para llevarlo a cabo.

Capítulo V Estudio financiero, la evaluación de los costos y gastos contra los ingresos y en base al resultado se toma la decisión más conveniente.

Capítulo VI Evaluación económica, determinar el efecto que producirá el proyecto en la sociedad y en el empresario. Determinar la forma de distribuir los recursos económicos de tal manera que su empleo sea óptimo, por lo que es necesario medir la relación que existe entre los recursos utilizados con los resultados o beneficios estimados.

Por lo anterior, se puede decir que la evaluación del Proyecto de la Comercializadora de Café Orgánico, no solo se enfocara a determinar si la inversión traerá ganancias positivas para los inversionistas, sino que también ayudara a optimizar los recursos utilizados.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

En este apartado, se expondrán los datos que se requiere indagar para el logro de los objetivos del presente trabajo, así como la descripción de los distintos métodos y las técnicas que posibilitarán obtener la información necesaria, además de descubrir y analizar los supuestos del estudio.

1.1 Planteamiento del problema

Siendo México uno de los principales productores de café orgánico en una lista de países como Colombia, Brasil, Guatemala, Perú, Nicaragua y Bolivia; no se le ha dado el auge necesario permitiendo que venga descendiendo en los últimos años.

La paradoja es que poseyendo el país un producto, natural y de excelente calidad, desafortunadamente no se le ha dado el impulso necesario para abarcar nuevas opciones de mercado, que son posibles compradores.

1.2 Objetivos

El objetivo del presente trabajo de investigación es demostrar la factibilidad económica de la inversión en una comercializadora internacional de café orgánico.

Los objetivos específicos hacen referencia a los capítulos del trabajo, con los que sustentará la evaluación del proyecto.

Estos son:

- Análisis de la pertinencia del proyecto de inversión, que incluye el análisis de las megatendencias, el entorno económico y los aspectos jurídicos.
- Demostrar que existe una demanda suficiente de café orgánico.
- Diseñar el proceso técnico más adecuado para el proyecto de comercialización internacional de café orgánico.
- Análisis de los flujos de efectivo para la formación y elaboración de modos de análisis de costos.
- Aplicar los criterios de evaluación y determinar la rentabilidad del proyecto.

1.3 Justificación

La finalidad de este estudio consiste principalmente en desarrollar un procedimiento encaminado a la exportación de un producto agrícola 100% natural que no conlleva riesgos a la salud, libre de fertilizantes, herbicidas, plaguicidas y pesticidas; que se cultiva con un estricto control de calidad y en armonía con la naturaleza; buscando el equilibrio entre la eficiencia productiva y la conservación de los recursos naturales; es decir, empleando métodos que permitan aprovechar para el consumo humano, los recursos naturales, pero sin devastarlos, además de ser netamente mexicano.

Se parte de la idea de que la escalada de precios, es derivada de un fenómeno generalizado de escasez de alimentos que propicia la búsqueda de fuentes más eficientes de producción y comercialización de productos alimenticios. Se considera, por otra parte, la creciente aceptación por parte de mercado mundial hacia los productos cultivados sanamente.

Con base en los beneficios que lleva consigo el café orgánico como tal y las múltiples ventajas que otorga, se pretende constatar la factibilidad financiera del proyecto.

1.4 Hipótesis

El proyecto de inversión es rentable una vez que se solucione la falta de esquemas de comercialización y distribución a nivel internacional.

Por lo tanto, con base en lo anterior, se puede determinar que el problema es la falta de comercialización y distribución del producto para su consumo a nivel internacional.

Si se realiza la exportación de este género aromático, se logrará consolidar el concepto de "café sustentable", logrando el reconocimiento de los clientes internacionales, promoviendo alianzas entre productores con la comercializadora para lograr fijar un precio justo que beneficie a ambas partes y ofrecer un producto de calidad a un precio accesible para el consumidor.

1.5 Técnicas de investigación a emplear

La investigación se define como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, en este caso para determinar si el proyecto de inversión de la Empresa Comercializadora Internacional, es factible.

Ahora bien, la investigación puede ser de varios tipos, y en tal sentido se puede clasificar de distintas maneras. Sin embargo, dada la naturaleza compleja de los fenómenos estudiados, por lo

general, para abordarlos es necesario aplicar no uno sino una mezcla de diferentes tipos de investigación, dentro de este proyecto se utilizarán varios tipos de investigación.

El siguiente cuadro muestra los diferentes tipos de investigación que se emplearan en el estudio.

Cuadro 1.1: Tipos de investigación	
Investigación	Aplicación en el proyecto
Exploratoria	<i>Permitirá definir el planteamiento del problema, el objetivo, así como la hipótesis del proyecto.</i>
Descriptiva	<i>Determinar las variables que existen alrededor del proyecto; todos los hechos actuales que limitan, impiden o mejoran la realización del funcionamiento de la Comercializadora Internacional de café orgánico</i>
Explicativa	<i>Ayudará a demostrar si la hipótesis planteada en el proyecto es correcta.</i>
Correlacional	<i>Para la confiabilidad del proyecto se hará uso de esta técnica de investigación, que consiste en medir e interrelacionar múltiples variables.</i>
<i>Documental</i>	<i>Se utilizará con el fin de obtener datos que existen en documentos y que respalden la toma de decisiones.</i>

Fuente: Realización propia

Además, se analizará detalladamente la información proporcionada por la Secretaría de Economía, así como noticias periódicas acerca del comportamiento de este producto, también los documentos emitidos por el sector industrial al que pertenece este proyecto para estar preparados, es decir, consultar toda fuente registrada con información del café orgánico. De igual forma, este tipo de técnica servirá porque podremos identificar las características físicas y químicas de este producto y así, desarrollar las instalaciones, planificando las características en que este producto se debe encontrar para su almacenamiento, empaquetado y su comercialización.

El proceso iniciará con la recopilación de información con respecto al mercado, la situación en la que se encuentra el café orgánico, precios, competidores existentes; así como la factibilidad de venta de este producto.

Posteriormente se efectuará un análisis económico que permitirá sustentar la hipótesis que se plantea en este proyecto; logrando así, la obtención de estrategias, fortalezas y oportunidades aplicables a esta evaluación.

Con base en lo anterior, la participación de la comercializadora podrá satisfacer de mejor manera la demanda del mercado.

1.6 Conclusiones del capítulo I

La propuesta presentada en la investigación se comprueba en los supuestos que la apoyan.

Es de suma importancia establecer en un proyecto el marco metodológico, porque permite el desarrollo útil de la investigación y a su vez, obtener el logro de cada uno de los objetivos planteados para este proyecto, así como la comprobación de la hipótesis.

Es por ello que este trabajo, no sólo se empleó un tipo de investigación, sino que abarcó una variedad de ellas para enriquecer la información y hacer más confiable la información, lo cual permitirá tener un panorama amplio y específico, para desarrollar cada uno de los capítulos presentados en este trabajo.

CAPÍTULO II.

ESTUDIO DE PERTINENCIA

En este capítulo se analizan las tendencias y preferencias del mercado global actual con respecto al café orgánico. De igual forma, se hace mención del desenvolvimiento y crecimiento económico que ha venido manejando, así como los aspectos legales más esenciales; todos ellos importantes, que limitan y determinan el desarrollo del proyecto de inversión, motivo del presente trabajo de investigación.

También es importante destacar que en este capítulo se incluirá un apartado acerca de los cambios en las exportaciones provocadas por la *influenza*.

2.1 Análisis histórico del producto

Para realizar el análisis histórico del café orgánico, será necesario dar mención a las épocas que comprenden la historia de este aromático.

Cuadro 2.1: Principales efemérides del café orgánico	
A partir del Siglo XV	Se difunde por Arabia. El mundo musulmán establece un monopolio que dura cerca de 300 años.
En el siglo XVII	Se extiende al sudeste asiático y a Europa. Los holandeses lo llevan a Europa y los ingleses a Jamaica donde pasa a América Central y al resto del Continente.
En 1790	El café llega a la Nueva España.
Mitad del siglo XIX	Su cultivo se difunde, principalmente a Veracruz, Oaxaca, Chiapas, Tabasco y Michoacán.
En 1802, 1803 y 1805	Datos publicados en Comercio Exterior de México por Don Miguel Lerdo de Tejada, se exportaba café en proporciones de 272, 483 y 336 kg. respectivamente, originario de Córdoba, Veracruz.
El Porfiriato 1876-1911	Creció la cafecultura, inducida por empresas transnacionales en grandes fincas especializadas.
Reforma agraria cardenista 1934-1940	La explotación del café pasó de ser una actividad de grandes plantaciones a pequeñas parcelas de campesinos e indígenas.

Fuente: Realización propia

2.2 Megatendencias

En la actualidad el mundo se caracteriza por un ambiente considerablemente cambiante. Dada esta condición inconstante del entorno mundial, las organizaciones se encuentran en un estado de complejidad e incertidumbre ante los cambios generados tan rápidamente.

México como país, las instituciones, organizaciones y empresas que en él se desarrollan no pueden estar ajenos frente esta situación, motivo por el cuál es preciso que se adapten a su entorno.

Esta adaptación es la condición primordial para sobrevivir. Todo el país en su conjunto, gobierno y sociedad, urgentemente necesitan evolucionar, ya que con la apertura de las fronteras, la globalización y la revolución tecnológica, la competencia se vuelve cada día más compleja e intensa, requiriendo de nuevas habilidades y competencias para sobrevivir.

Entre las megatendencias mundiales más importantes están las siguientes:

- 1. Un mundo inestable:** Los cambios de los últimos años; apertura de fronteras, la unificación europea, etc. han dado origen a un mundo cuyas estructuras de poder no están todavía definidas.
- 2. La redefinición de la competencia:** Principal énfasis en mejorar la competitividad a través de la eficiencia en la tecnología de los procesos, como por ejemplo: estandarización de los productos, disminución de costos, mejorar la calidad de los productos.
- 3. La internacionalización de la empresa:** Dada la creciente tendencia a nivel mundial al libre comercio y la globalización de la actividad económica (México-EUA-Canadá, MERCOSUR, Unión Europea); las empresas buscan nuevos mercados dónde colocar sus productos y servicios.
- 4. La universalización del hombre:** El surgimiento de una cultura mundial favorecida por la facilidad para viajar y por las comunicaciones.
- 5. El crecimiento explosivo de las comunicaciones:** Incremento sin precedente de la necesidad de obtener acceso a la información de forma inmediata.
- 6. La explosión en la tecnología del área biológica:** Desarrollo de la ciencia y la tecnología basadas en la biología, especialmente en la biotecnología y la ingeniería genética, que han revolucionado a la medicina, la industria farmacéutica, la ganadería, la agricultura.
- 7. El desarrollo de sistemas con toma de decisiones autónoma:** La inteligencia artificial y la proliferación de herramientas computacionales que ayudan a la toma de decisiones rápidas; están teniendo cada vez más usos en todas las áreas (ingeniería, medicina, finanzas, arquitectura, etc).
- 8. La redefinición del papel de la mujer:** Cambios en los patrones sociales y demográficos de la población de los países desarrollados, y cada vez más de los países en vías de desarrollo, provoca nuevos patrones de consumo y comportamiento.

9. La redefinición del papel del Estado: En los últimos años, los gobiernos se han inclinado a la tendencia de cambiar de manera significativa su rol en la actividad económica, buscando dejar en manos de la iniciativa privada la mayoría de las actividades predominantemente productivas y que además eran competencia del Estado.

10. Democracia y pluralismo: La diversidad de pensamiento, libertad de creencias religiosas, la democracia, etc., se han convertido en un paradigma mundial aun cuando conviven con un nacionalismo que a veces en casos extremos, puede llevar al fraccionamiento de países según su composición étnica o religiosa.

11. Énfasis en la educación: Un creciente interés por la educación y las artes basada en una conciencia de que la educación es el factor de desarrollo más importante a largo plazo.

12. La agudización de las diferencias Norte-Sur: incremento de la brecha económica entre los países desarrollados y aquéllos en vías de desarrollo.

13. La reestructuración de la economía: Aumento de forma significativa en tamaño del sector de servicios en comparación con los sector primario y manufacturero.

14. La preocupación ecológica: Atención mundial a los macroproblemas ambientales (contaminación ambiental, sobre-calentamiento del planeta, preservación de los ecosistemas. etc.) que se traduce en mayores restricciones de carácter ecológico, en nuevas tecnologías y en nuevos patrones de consumo.

A continuación se mencionara los principales efectos en México.

Cuadro 2.2: Efectos en México	
Megatendencias	Efectos
Un mundo inestable	Acuerdos comerciales (El Tratado de Libre Comercio). Una creciente influencia de los acontecimientos mundiales. La inestabilidad financiera.
La redefinición de la competencia	Creciente asociación de compañías mexicanas con extranjeras. Se incrementa aceleradamente el nivel tecnológico de las empresas mexicanas. El movimiento de calidad impacta las organizaciones mexicanas.
La internacionalización de la empresa	Crecen las alianzas estratégicas entre empresas mexicanas y extranjeras. Crece la inversión extranjera en México.

Megatendencias	Efectos
La universalización del hombre	Una mayor importancia del idioma inglés. El acelerado crecimiento de las importaciones de bienes de consumo.
El crecimiento explosivo de las comunicaciones	Fuerte crecimiento de la infraestructura de comunicaciones: teléfonos, teléfonos celulares, Internet, video-conferencias, etcétera. Crecimiento de la industria electrónica.
La explosión en la tecnología del área biológica	Crecimiento de las aplicaciones biotecnológicas, principalmente en los sectores agropecuario y farmacéutico.
El desarrollo de sistemas con toma de decisiones autónoma	Crecimiento de la industria computacional. El uso creciente de manufactura automatizada y del control automatizado de los procesos.
La redefinición del papel de la mujer	Se reduce la tasa de natalidad alterando el patrón demográfico. La mujer ingresa de manera significativa al mercado de trabajo.
La redefinición del papel del Estado	Continuará la privatización de los organismos paraestatales. Un impulso a la infraestructura con la cooperación de la iniciativa privada.
Democracia y pluralismo	Una creciente competencia religiosa y democrática.
Énfasis en la educación	Incremento de las competencias educativas en los niveles técnicos y profesionales.
La agudización de las diferencias Norte-Sur	Continuará la migración sur-norte y la división cultural Norte-Sur.
La reestructuración de la economía	Una creciente importancia del sector servicios. Crecimiento del turismo.
La preocupación ecológica	Más leyes y reglamentos de protección ambiental. Una creciente conciencia de los impactos ambientales.

Fuente: Realización propia

2.3 Análisis macroeconómico del producto

Diariamente se consumen en México 12 millones de tazas de café en establecimientos especializados.

En cuanto a venta directa al consumidor de café preparado, algunos datos reveladores son los proporcionados por La Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos

Condimentados (CANIRAC), en el sentido de que durante los últimos nueve años, el consumo de café en México se triplicó, al pasar de 350 gramos a 1,200 gramos per cápita.

En total, se estima que cada año se consumen en México 4,380 millones de tazas. Es decir, unos 12 millones de tazas diarias; esto sólo en establecimientos especializados, sin contar el consumo hogareño o en oficinas. Ello da cuenta de la preferencia, del gusto que representa beber café como fuente placentera de energía y salud, por sus atributos benéficos para ayudar a mantenerse en alerta durante la cotidiana actividad y la prevención que ofrece a largo plazo contra algunas enfermedades crónico-degenerativas.

Sólo por dar una dimensión, es importante señalar que en el mundo, el consumo total de café se calcula en más de seis millones de toneladas al año.

2.4 Desarrollo y crecimiento económico

El desarrollo y crecimiento económico que ofrece la producción de café orgánico en México, es de gran trascendencia, ya que al ser uno de los principales productores de café orgánico a nivel mundial, este sector se ve muy bien correspondido, ya que las ventas al extranjero son muy bien remuneradas, lo que origina que el ingreso de capital extranjero sea mayor, incrementando la economía del país.

El gobierno federal invertirá este año 350 millones de pesos para impulsar la producción de este aromático y se espera que el país se sitúe, en breve, entre las cinco naciones más importantes a nivel mundial en esta producción orgánica.

México tiene un potencial enorme en este tipo de producción y que en los últimos 10 años la superficie cultivada orgánicamente aumentó de 25 mil a 300 mil hectáreas. A nivel mundial el espacio destinado a este tipo de producto es de 31 millones de hectáreas.

Esta nación ocupa el séptimo lugar mundial como productor y exportador de café orgánico, el 85 por ciento de la producción del orgánico se orienta a la exportación, por cuyas ventas ingresan al país 300 millones de dólares anuales.

Se destaca, que en el gobierno del Presidente Felipe Calderón, se dará prioridad a la producción orgánica, ya que es una fuente extraordinaria para que se puedan distribuir mejor las oportunidades de crecimiento de las personas, además de que es una importante actividad generadora de empleos.

2.5 La *influenza* en México

En el pasado mes de abril, el Secretario de Salud José Ángel Córdova, anunció que en México se estaba suscitando un problema de salud relacionado con el virus de la *influenza*.

Esto ha provocado que muchos de los países que tienen tratados con el país cerraran sus puertas al comercio, turismo y otros contactos; siendo afectadas las exportaciones, ya que al cerrar vuelos no se permite la introducción de productos mexicanos por esta vía.

Hasta el momento alrededor de 20 países han confirmado la presencia del virus entre su población. La Organización Mundial de la Salud (OMS) mantiene la alerta de epidemia en fase 5, de 6 de ellas, ante su propagación por varios continentes.

Los comercios que cerraron para México fueron principalmente países de Sudamérica como Chile, Ecuador, Panamá; sin embargo los países de la Unión Europea siguen permitiendo la entrada de productos mexicanos.

Por su parte Estados Unidos principal socio comercial de México, donde se envía cerca del 80 por ciento de sus exportaciones ha mantenido abiertas las fronteras entre ambas naciones ya que esa nación también reporta casos de contagio por el virus.

No tiene sentido el cierre de fronteras en estas circunstancias, ya que esto no impedirá que continúe propagándose la enfermedad, por el contrario, se irrumpe la economía y la vida de la población.

Es de vital importancia realizar dentro de este estudio de pertinencia un análisis de la epidemia, ya que el cierre comercial afecta principalmente la exportación de productos alimenticios.

Cabe mencionar que este estudio fue realizado antes de la llegada de la *influenza*; por lo tanto seguirá el proyecto su curso normal con la información que sea ha obtenido hasta el momento.

2.6 Aspectos legales

Toda empresa que desee iniciar su funcionamiento en la República Mexicana, se verá obligada a cumplir con una serie de trámites y disposiciones legales. En una forma generalizada se considera que los principales aspectos legales a los que se enfrentará una nueva sociedad son los siguientes:

- Aspectos corporativos

El primer paso a seguir al iniciar una empresa, es el constituir una Sociedad mercantil, cuya modalidad se elegirá de acuerdo con el giro del negocio, siendo la práctica general, el optar por constituir una Sociedad Anónima de Capital Variable, de acuerdo al Código de Comercio.

- Aspectos administrativos

Previo al inicio de operaciones, se deberán obtener los permisos necesarios para la apertura y funcionamiento de la Sociedad como licencia de funcionamiento, aviso de apertura en materia sanitaria, permiso de uso de suelo, etcétera. Con cada una de las instituciones involucradas.

2.6.1 Organización y Administración de la Empresa

a) Denominación Social

Comercializadora Internacional de café orgánico, S.A. de C.V.

Esta sociedad existe bajo una denominación cualquiera, seguida de las palabras Sociedad Anónima, o bien, sus abreviaturas S.A., y se compone de socios (accionistas) cuya obligación se limita única y exclusivamente al pago de sus acciones, de ahí que se le considere como sociedad de capital.

Debe estar constituida, por lo menos, de 2 dos socios, y un capital social mínimo fijo de \$50,000.00 (Cincuenta mil pesos 00/100), suscribiendo cada socio al menos una acción.

Dicha sociedad debe constituirse mediante escritura pública (ante notario o corredor público).

El capital social de una sociedad anónima está representado por acciones en las que se divide y se representan por títulos nominativos que servirán para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de socio.

Las acciones serán de igual valor y conferirán derechos iguales. Cada acción sólo tendrá derecho a un voto en las decisiones de la asamblea

b) Características

La empresa Comercializadora Internacional de café orgánico S.A. de C.V. se dedica a la distribución y comercialización del café orgánico, en grano y molido a los diferentes países alrededor del mundo.

Se tienen consolidados los activos para brindar una integración vertical desde la compra de materia prima (café) hasta la comercialización de sus productos.

Las instalaciones se encuentran en San Cristóbal de la Casas, contando con oficinas para la administración, recepción de pedidos, atención a clientes y área de empaque, así como un almacén de materia prima, proceso y producto terminado. La bodega cuenta con una altura de 10mts. , luz trifásica, baño en el area de oficinas y baños hombres, mujeres en el área de producción y envasado asi como 5 cajones para camionetas de 31/2.

Contamos con un total de 70 trabajadores, los cuales, en su conjunto y con una fuerte convicción de trabajo en equipo y plena satisfacción del cliente, trabajamos para brindarle el mejor servicio ofreciendo un café de altura.

c) Domicilio Fiscal

La planta se ubica en 1era. Cerrada de la Era No. 1 Barrio Las Quinta, San Cristóbal de Las Casas 29247 Chiapas México.

d) Forma de administrar

Contara con una estructura sólida, a través de una organización innovadora y comprometida, que vive una nueva etapa con ambiciosas metas, siendo parte fundamental para lograrlas la integración de un excelente equipo de trabajo conformado por gente profesional y altamente capacitada, comprometida con los criterios de calidad humana y ética profesional; para el logro de los retos actuales.

e) Filosofía de la empresa

Crear un excelente ambiente de trabajo que se refleje en los servicios y tareas que cada área lleve a cabo, a fin de proyectar la imagen de una empresa con valores sólidos.

f) Valores de la empresa

Integridad y lealtad

Son los generadores de confianza y pilar de nuestras relaciones.

Integridad

Implica honestidad, congruencia y respeto y compromiso en el entorno.

Lealtad

Involucra cumplir los compromisos con los accionistas, ofrecer un valor superior a los clientes, así como la realización personal y profesional de los colaboradores.

Compromiso

Poseer una actitud positiva y responsable para el logro de los objetivos.

Calidad

Buscar la satisfacción de las necesidades establecidas del cliente.

Iniciativa

Tener capacidad para emprender nuevos retos y superarlos.

Profesionalismo

Compromiso de obtener y mantener el conocimiento y destrezas requeridos para proveer la más alta calidad de servicio.

g) Misión y Visión

MISIÓN

Distribuir y comercializar, café orgánico tostado y molido a los sectores más importantes de la unión europea, con la satisfacción de saber que se consume un producto nacional, brindando un servicio de calidad, siendo oportunos y eficientes, con un alto grado de compromiso con la satisfacción del cliente, buscando siempre el mejoramiento continuo del servicio.

VISIÓN

- ✓ Ser líderes nacionales en la distribución de café tostado a nivel internacional.
- ✓ Crear valor y crecimiento necesario para asegurar la solidez y el desarrollo económico de la compañía.
- ✓ Ser emprendedores, creativos, competitivos y confiables.

- ✓ Lograr un posicionamiento como principal distribuidora de café orgánico en grano y permanecer en las preferencias de los clientes, valiéndonos del trabajo y compromiso de cada uno de los integrantes de nuestro equipo.

h) Constitución

Constituida como una Sociedad Anónima de Capital Variable.

i) Organigrama



- Aspectos laborales

Se deben cumplir con las disposiciones legales aplicables al Instituto Mexicano del Seguro Social e Infonavit y otras disposiciones generales en materia de seguridad e higiene, así como también seguir los lineamientos que establece la Ley Federal del Trabajo.

- Aspectos fiscales

Toda empresa al constituirse deberá darse de alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SAT) siguiendo los ordenamientos jurídicos del Código Fiscal de la Federación y su reglamento, Ley del Impuesto sobre la Renta y su reglamento, Ley del Impuesto al Activo y su reglamento, ley del Impuesto al Valor Agregado y su Reglamento.

- Aspectos de Comercio Exterior

Cualquier empresa que desee importar o exportar mercancía en el país, deberá de estar inscrita en el Padrón General de Importadores así como cumplir fundamentalmente con las siguientes disposiciones: Ley Aduanera y su reglamento, Ley de Comercio Exterior y su reglamento.

Cabe mencionar que el banco de comercio exterior actualmente cuenta con programas de fomento a las exportaciones que están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de las empresas y permiten su incorporación adecuada al mercado mundial. Con base en la reducción de cargas arancelarias para los insumos, partes y componentes que se incorporarán en el producto de exportación y la simplificación de trámites administrativos por parte del Gobierno Federal.

Estos programas los administra la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior, y son los siguientes:

- Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), es un instrumento de fomento a las exportaciones, mediante el cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente diversos bienes (materias primas, insumos, componentes, envases y empaques, así como maquinaria y equipo) para ser utilizados en la elaboración de productos de exportación, sin cubrir el pago del impuesto general de importación, del impuesto al valor agregado y de las cuotas compensatorias, en su caso.
- Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX),
- Empresas de Comercio Exterior (ECEX), es un instrumento de promoción a las exportaciones, mediante el cual las empresas comercializadoras podrán ingresar a los mercados internacionales con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo.

- Registro de la Industria Maquiladora, es un instrumento mediante el cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente los bienes necesarios para ser utilizados en la transformación, elaboración y/o reparación de productos de exportación, sin cubrir el pago de los impuestos de importación, del impuesto al valor agregado y, en su caso, de las cuotas compensatorias.
- Devolución de Impuestos (Draw Back), mediante el cual se reintegra al exportador el valor de los impuestos causados por la importación y posterior exportación de:
 - a) materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales incorporados al producto exportado;
 - b) por la importación de mercancías que se retornan al extranjero en el mismo estado en que fueron importadas; y
 - c) mercancías importadas para su reparación o alteración.

Este esquema opera, siempre que las importaciones definitivas se hayan realizado dentro del plazo de un año y las exportaciones realizadas dentro de los dos meses anteriores a la solicitud.

- **Aspectos en materia de propiedad intelectual**

De existir alguna marca, patente nombre comercial, secreto industrial, invención, modelo de utilidad o diseño industrial, que la empresa desee proteger, está deberá de cumplir con las disposiciones previstas en la Ley de la Propiedad Industrial y llevar a cabo los registros correspondientes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Con respecto a los lineamientos en materia de la producción, comercialización, distribución y venta de café orgánico, se debe consultar la normatividad que la Organización Internacional del Café (OIC) emite para la protección de la industria cafetalera y a su vez de la asignación de una marca de identificación.

2.7 Marco normativo

Debido a que los clientes se están transformando cada vez más en compradores conscientes de la calidad y exigen que su proveedores cumplan con los más altos requisitos de calidad tanto del servicio como del producto, en este apartado se hará mención de las principales normas con las que debe guiarse el producto.

Cuadro 2.3: Normatividad del café	
Norma	Descripción
NOM-002-FITO-2000	Campaña contra la broca del café.
NOM-019-FITO-1995	Establece la cuarentena exterior para prevenir la introducción de plagas del café.
NMX-F-83 Alimentos	Determinación de humedad (Determinación de humedad en productos alimenticios)
NMX-F-66-S Alimentos	Determinación de cenizas (Determinación de cenizas en alimentos).
NMX-F-176 Cafés	Determinación de cafeína (Método de prueba para la determinación de cafeína en cafés).
NMX-F-13-S	Café 100% puro tostado en grano ó molido.
NMX-F-84-S	Azúcar blanco directo (estándar blanco).
NMX-F-3-S	Azúcar refinado.
NMX-F-85	Azúcar crudo (mascabado).
NMX-R-18	Muestreo para la inspección por atributos.
NMX-F-312 Alimentos	Determinación de reductores directos y totales. (Determinación de reductores directos y totales en alimentos).
NMX-F-89-S Alimentos	Determinación de extracto etéreo (Método Soxhlet).
NMX-F-374-S Alimentos	Determinación de almidón - Prueba de lugol.
NMX-F-139- SCFI-2004	Café puro soluble, sin descafeinar o descafeinado; especificaciones y métodos de prueba.
NMX-EE-120-1981	Envase, papel, bolsas para envasar café-dimensiones.
NMX-EE-178-1984	Envase-textiles-henequén sacos- para envasar café.
NMX-F-013-S-SCFI-2000	Café puro, tostado, en grano o molido, sin descafeinar o descafeinado. Especificaciones y métodos de prueba
NMX-F-157-1968	Café crudo.
NMX-F-173-1982	Café tostado y café mezclado tostado con azúcar.
Nom-002-SCFI-1999	Contenido neto.
NMX-F-139-1981	Alimentos Para Humanos establecen las especificaciones acerca de la materia prima.
NMX-F-107-SCFI-2008	Café Verde en Sacos.
NMX-F-586_SCFI-2008	El café y sus productos.
NOM-030-SCFI-1993	Información comercial-declaración de cantidad en la etiqueta.
NOM-051-SCFI-1994	Especificaciones generales de etiqueta para alimentos.

Fuente: Realización propia

2.8 Conclusiones del capítulo II

Pertinencia del proyecto significa que el producto cumpla su función de acuerdo con los gustos y preferencias de los usuarios, su elección está determinada por sus patrones culturales, costumbres comerciales, tiempos y preferencias.

El café orgánico mexicanos se está abriendo paso en mercados internacionales muy importantes, tal es el caso de países que pertenecen a la Unión Europea, como Alemania, Suecia, Noruega, Francia, España. Y también en países de América en este caso, Estados Unidos y Canadá.

CAPÍTULO III.

ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo describe las condiciones, tendencias y situaciones del mercado del café orgánico. Dentro de este capítulo se hará un análisis del entorno general de dicho mercado, además de un análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda esperada, la oferta actual y los precios del café orgánico que se han manejado en los últimos años, incluyendo también las estimaciones correspondientes para determinar la demanda, la oferta y el precio que tendrá el aromático durante la vida del proyecto, que será de 5 años.

El mercado mundial de productos orgánicos ha experimentado cambios dramáticos en los últimos 10 años, produciendo un verdadero *boom* dentro de la agricultura mundial, para el consumo principalmente en los países industrializados. Las razones que explican este fenómeno son muy variadas y entre estas se destacan las siguientes:

- “Deterioro y contaminación alarmante del medio ambiente: suelos, aguas, biodiversidad.
- Aumento dramático de enfermedades en la población producto de los cambios ambientales y las costumbres alimentarias. Lo que provoca un aumento en la demanda de productos sanos, especialmente por parte de las personas más conscientes de esta situación.
- Aumento creciente de diferentes escándalos relacionados con los alimentos, como la peste en los cerdos, el exceso de hormonas en la crianza de pollos, los residuos químicos en la leche y el problema de la epidemia de “vacas locas”.
- Aumento de la influencia política de los partidos ecologistas en los países industrializados, lo que obliga a los partidos políticos tradicionales a prestar más atención a los problemas del ambiente y la salud en la población”.¹

El café es uno de los principales productos genéricos que se comercializan en el mercado mundial, su producción se realiza por lo regular en las zonas tropicales. Actualmente más de 80 países lo cultivan en sus diferentes tipos, de los cuales México es uno de los principales exportadores.

En específico, México produce café de excelentes calidades, ya que su topografía, altura, climas y suelos le permiten cultivar y producir variedades clasificadas dentro del grupo de suaves. Todas estas características vinculan a México como uno de los principales productores de café orgánico, al exportar una cantidad aproximada de 4589 toneladas anuales de Café Orgánico.²

La siguiente información, obtenida del Manual de Lombricultura, en la página electrónica: www.manualdelombricultura.com:

¹Tendencias del mercado orgánico mundial. www.cedeco.or.cr/documentos/Tendencias%20del%20mercado.pdf. Mayo 2009.

² El mercado de café en México. <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf>. Mayo 2009.

De acuerdo con los atributos y características antes mencionadas, el café orgánico de América Latina y México, es principalmente consumido en países desarrollados del hemisferio Norte. Entre 2001 y 2004, el consumo de café en la Unión Europea (UE), mostró un crecimiento sostenido, con una tasa anual media del 1% durante ese periodo. En el 2005, sin embargo, el consumo cayó un 6%, totalizado 36.8 millones de sacos (2.2 millones de toneladas), representando un consumo per cápita de 4.81 kg. al año.

Según la Organización Internacional del Café (ICO), Finlandia presenta el consumo per cápita de café más alto, ascendiendo a 12.7 kg. en el 2005. Otros países miembros de la UE con un consumo alto por persona son los países escandinavos, tales como Dinamarca y Suecia. El café es también una bebida popular entre las poblaciones en nuevos países miembros de la UE, tales como Estonia y Eslovenia.

En los últimos años, las importaciones de café aumentaron en 3.1 millones de toneladas. Las importaciones en volumen mostraron un desarrollo relativamente constante. Algunos de los países, que exportan café orgánico a la Unión Europea, pertenecen a América Latina.

Alemania es uno de los principales países importadores de café orgánico con un total de 4,216 toneladas, seguido de Bélgica y Holanda con 1,402 y 742 toneladas respectivamente, lo que indica una demanda considerable de café orgánico en el año 2005.

La siguiente tabla (Tabla 3.1) muestra la cantidad de importación de café orgánico en la Unión Europea:

Alemania	4215
Bélgica	1402
Holanda	742
Francia	690
Suecia	689
Reino Unido	647
España	327
Italia	262
Dinamarca	192
Finlandia	127

Fuente: Manual de Lombricultura

3.1 Producto en el mercado

El Café es el segundo producto de importancia en el mercado internacional, solamente atrás del petróleo. En el mercado internacional el café se encuentra dentro de los diez primeros productos con mayor valor.³

Actualmente se produce alrededor de 11, 200,000 toneladas métricas de café al año en los países de Centro América y México. En el caso particular de México, el estado de Chiapas, ocupa el primer lugar en la producción de café orgánico, y aporta el 35% al conjunto de la producción nacional.

Hoy en día, a nivel internacional, en el ámbito del café orgánico, México ocupa:

- Quinto lugar como productor de café, después de Brasil, Colombia, Indonesia y Vietnam.
- El quinto lugar por la superficie de cultivo, con alrededor de 750 mil hectáreas.
- El noveno lugar por su rendimiento
- El primer lugar en la producción de café orgánico certificado.
- México es la nación productora con el menor nivel de consumo interno.

3.1.1 Los cultivos de sol y sombra

Durante los años 70, la modernización de la agricultura llevó al desarrollo de variedades de café de alto rendimiento a sol abierto, con lo que la densidad de la producción de café podía incrementarse de entre 1,100 y 1,500 a entre 4,000 y 7,000 cafetos por hectárea.

En comparación con los sistemas tradicionales de café de sombra, los cultivos a sol abierto dependen por lo general de grandes cantidades de fertilizantes y plaguicidas químicos.

En zonas altamente pluviosas el café cultivado al sol ocasiona que el suelo pierda tres veces más nitrógeno que el café cultivado bajo sombra.

3.1.2 Importadores y Exportadores de café orgánico

Se comercializaron 30,000 sacos en el mercado internacional en 1993- 1994, y desde ese entonces, la demanda por el café orgánico ha subido entre 14 y 20 por ciento (dependiendo del país).

Entre los principales exportadores de café orgánico se encuentran: México (20.5%), Guatemala

³ Tendencias del mercado orgánico mundial. www.cedeco.or.cr/documentos/Tendencias%20del%20mercado.pdf. Mayo 2009.

(9.6%), Kenya (9.6%), Nicaragua (6.8%), y Tanzania (6.8%). Entre los principales importadores están: Alemania (37.3%), los Países Bajos (28.8%), y Estados Unidos (25.5%).

Las ventas del café orgánico en Estados Unidos sumaron 25 millones de dólares, es decir, el 3 por ciento del mercado nacional, cifra que con el tiempo va en aumento.

3.2 Análisis de la demanda

Entre los años 1975 y 2000 la tendencia del consumo mundial de café sufrió cambios importantes en los grandes centros mundiales de importación. Estos cambios se vincularon con cambios del modo de vida de las sociedades industrializadas tales como los posibles efectos de la cafeína sobre la salud y la competencia de bebidas sustitutas del café, como los jugos naturales y las aguas embotelladas. Ello provocó un retroceso de los niveles medios de consumo de café por habitante en Estados Unidos y Europa Occidental en los setenta y ochenta.⁴

No obstante, a partir del año 2000, el consumo de café tendió a estabilizarse e incluso recuperar cuotas de mercado en los principales países consumidores.

En lo que se refiere al consumo mundial de café en los principales países importadores en el inicio del 2000, este fue de 75.4 millones de sacos, Estados Unidos conserva el primer lugar con 18 538 000 sacos.

Después de Estados Unidos le siguen en importancia Alemania, Japón, Francia e Italia. Los 15 países de la Unión Europea importan aproximadamente el 45 % del total mundial, por lo que es evidente que en el caso del café orgánico, los grandes centros consumidores, como Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, son los que ejercen una influencia determinante en la demanda del aromático.

Sin embargo, también deben de considerarse a centros importadores de café orgánico, tales como Europa Oriental, Rusia, Canadá, Argentina, Chile y algunos países de África ya que este mercado aumento el 30 % de las importaciones mundiales, aun cuando la demanda de alguno de esos países no tiene un peso determinante en la dinámica del mercado cafetalero mundial.

Una característica muy común al respecto es que las informaciones de mercado que existen a nivel mundial son escasas, incompletas y dispersas. A pesar de estas limitantes, se puede destacar una clara tendencia de alto crecimiento en la demanda de productos orgánicos. Los mayores mercados

⁴ Tendencias del mercado orgánico mundial. www.cedeco.or.cr/documentos/Tendencias%20del%20mercado.pdf. Mayo 2009.

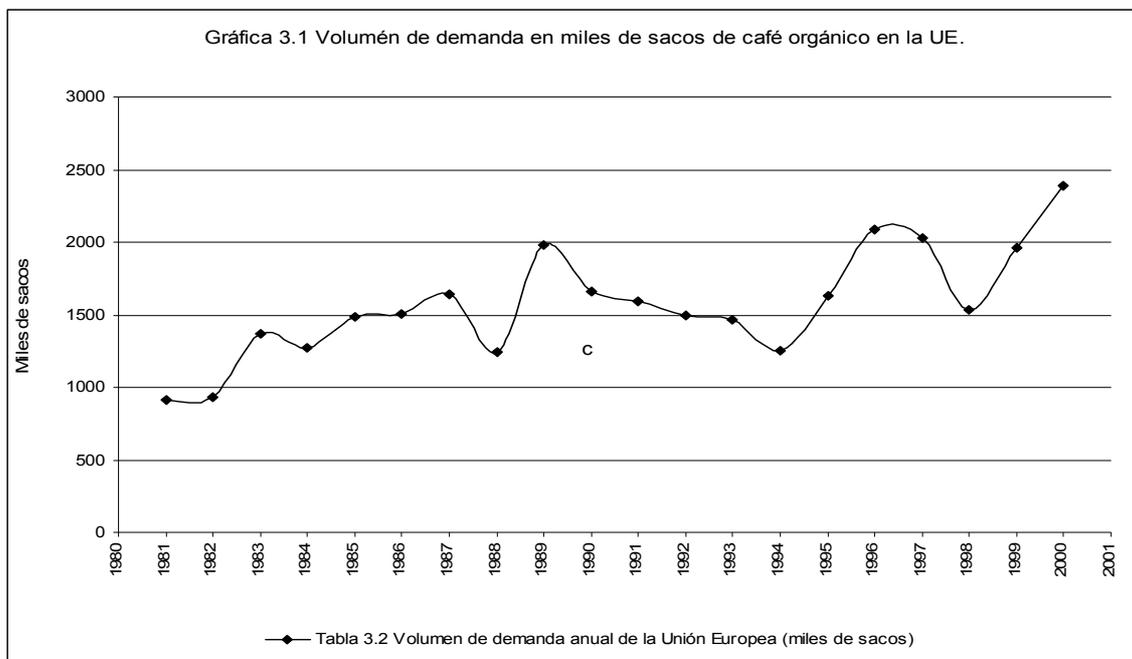
de estos productos con los EE. UU., Europa y Japón.

La siguiente tabla (Tabla 3.2) representa, expresado en miles de sacos (cada saco contiene 60 kg), la demanda de café orgánico que México ha exportado a la Unión Europea desde el año 1977 hasta el año 2007. Esta información se extrajo de la Organización Mundial del Café (OMC), donde se encuentran registrados todos los países exportadores del aromático a nivel mundial, estos datos son exclusivamente para México.

Tabla 3.2 Volumen de demanda anual de la Unión Europea (miles de sacos)			
Año	Demanda de café mexicano (miles de sacos)	Año	Demanda de café mexicano (miles de sacos)
1981	909.45	1991	1588.5
1982	936.45	1992	1499.4
1983	1372.05	1993	1468.35
1984	1273.95	1994	1255.05
1985	1482.3	1995	1631.7
1986	1509.3	1996	2084.85
1987	1642.95	1997	2025.9
1988	1245.15	1998	1529.55
1989	1981.8	1999	1960.65
1990	1657.35	2000	2386.35

Fuente Organización Mundial del Café

Como lo expresan párrafos anteriores, puede denotarse que aunque el café ha tenido altibajos, el consumo en países extranjeros va en aumento, como se muestra en la siguiente gráfica



Fuente Organización Mundial del Café

De acuerdo con los datos anteriores, es necesario obtener un índice de crecimiento de la demanda para poder aproximar la estimación la demanda de los años faltantes, que en este caso serán del 2001 al 2009 para obtener una mejor aproximación del los siguientes 5 años (2010 al 2021), en los cuales se llevará a cabo el análisis financiero del proyecto.

El índice de crecimiento de la demanda se obtiene de la siguiente manera:

Promedio del crecimiento de la demanda de los datos históricos:

$$I_D = \text{Promedio de crecimiento de la demanda}$$

$$I_D = 77.731 \text{ miles de sacos}$$

El índice calculado anteriormente, más la demanda del último año de los datos históricos, da como resultado la demanda según el índice calculado, como se ve a continuación:

$$D_{2001} = D_{2000} + I_D$$

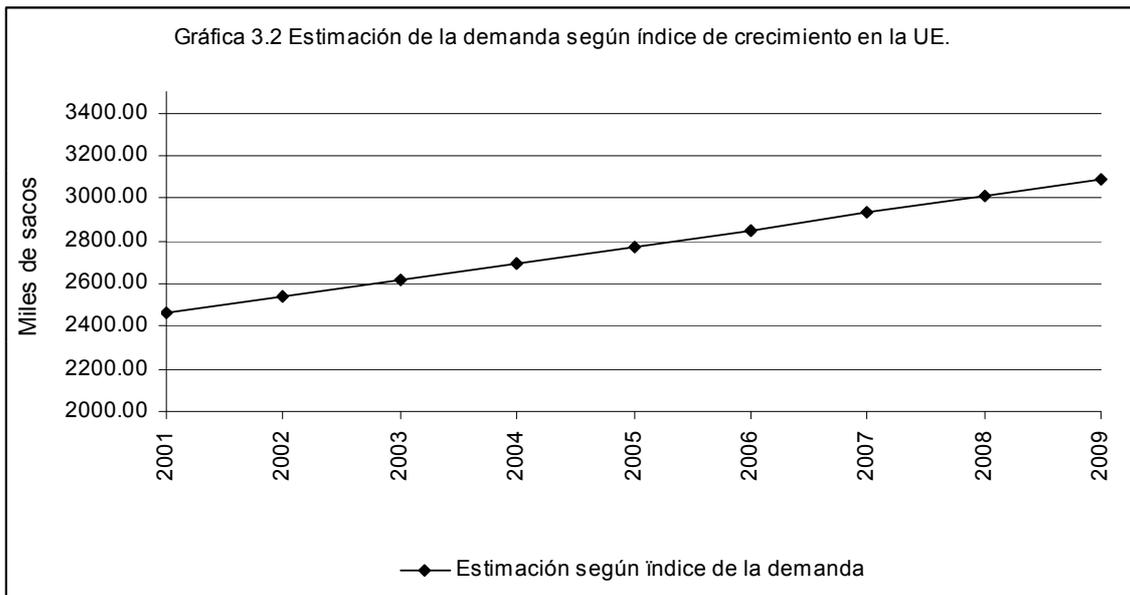
$$D_{2001} = 2386.55 + 77.731 = 2464.08 \text{ miles de sacos} \longrightarrow \text{Ejemplo}$$

Con lo anterior se tiene una tabla con los siguientes datos:

Tabla 3.3 Demanda estimada, según el índice de consumo de datos históricos (miles de sacos)			
Años	Estimación según índice de la demanda	Años	Estimación según índice de la demanda
2001	2464.08	2006	2852.74
2002	2541.81	2007	2930.47
2003	2619.54	2008	3008.20
2004	2697.28	2009	3085.93
2005	2775.01		

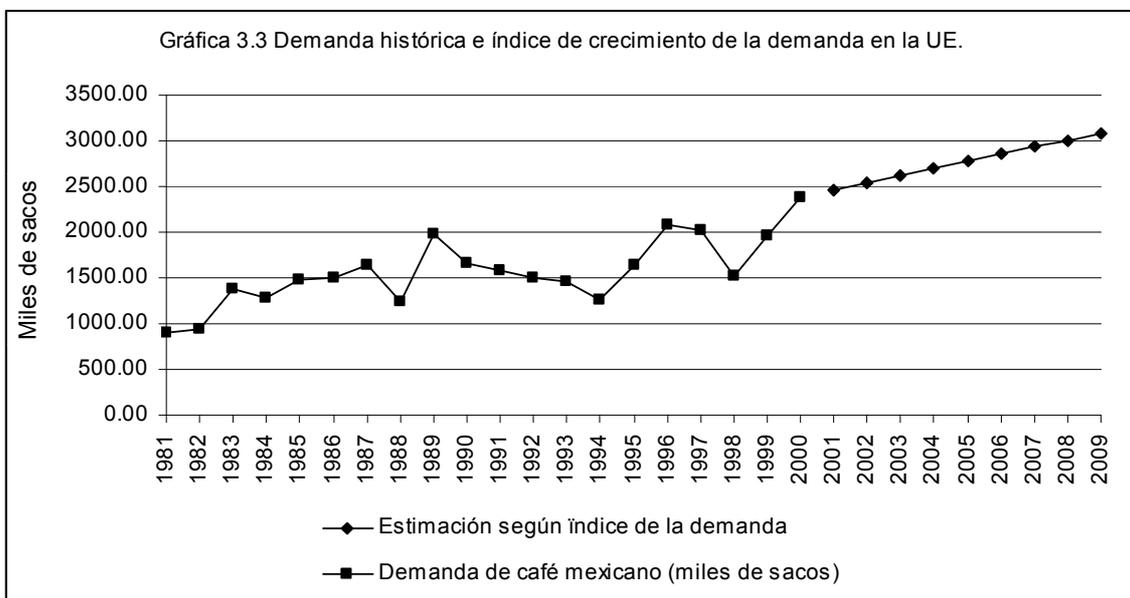
Fuente: Estimación propia

Por lo que en la gráfica se obtiene (Ver Gráfica 3.2)



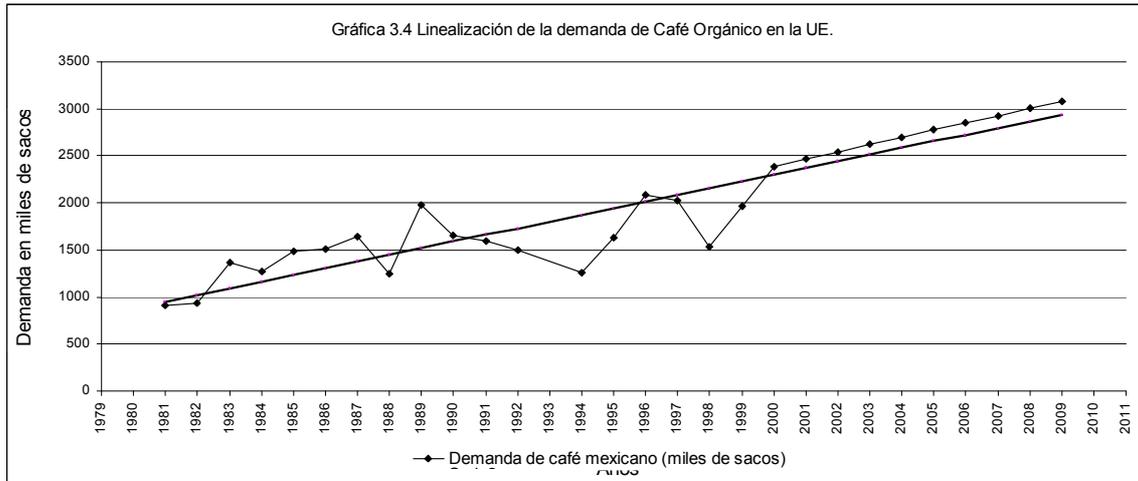
Fuente: Elaboración propia

En conjunto con los datos históricos y los calculados con ayuda del índice de la demanda, se obtiene una gráfica de proyección, donde se observa que, a pesar de que los datos históricos son muy dispersos, con ayuda del cálculo del índice de crecimiento de la demanda puede definirse que la demanda del aromático es creciente. Como se ve en la siguiente gráfica (Ver Gráfica 3.3):



Fuente Organización Mundial del Café y Elaboración propia

Teniendo los datos anteriores, se procede a realizar una regresión con el fin de que la demanda estimada sea más cercana a la realidad.



Fuente: Estimación propia

Con ayuda de los datos anteriores, incluyendo la regresión lineal, se puede hacer un estimado de la demanda del aromático hasta el año 2019, que son los 5 años de vida del proyecto. A continuación, el desarrollo de la fórmula para la estimación de la demanda:

$$Y_D = m_D X + b_D$$

Donde Y será la demanda estimada para cada uno de los años, X el año correspondiente, el que se desea estimar.

El valor de “m”, es la pendiente, que permite determinar el factor constante para estimación de la demanda y “b” que supone una traspolación al origen que hace la mejor aproximación de “m”. De tal manera que con los datos extraídos de la tabla anterior, tenemos:

$$m_D = \frac{n \sum xy - [(\sum x)(\sum y)]}{n \sum x^2 - \sum (x^2)} = 71 \text{ miles de sacos}$$

$$b_D = \frac{\sum y - m \sum x}{n} = -139700 \text{ miles de sacos}$$

Una vez obtenidos los datos anteriores, es suficiente para hacer la estimación de la demanda, obteniendo los valores siguientes correspondientes a los años de estudio (ver Tabla 3.4) de la comercializadora internacional de Café Orgánico, con ayuda de:

$$Y_D = m_D X + b_D$$

$$Y_D = 71X - 139700$$

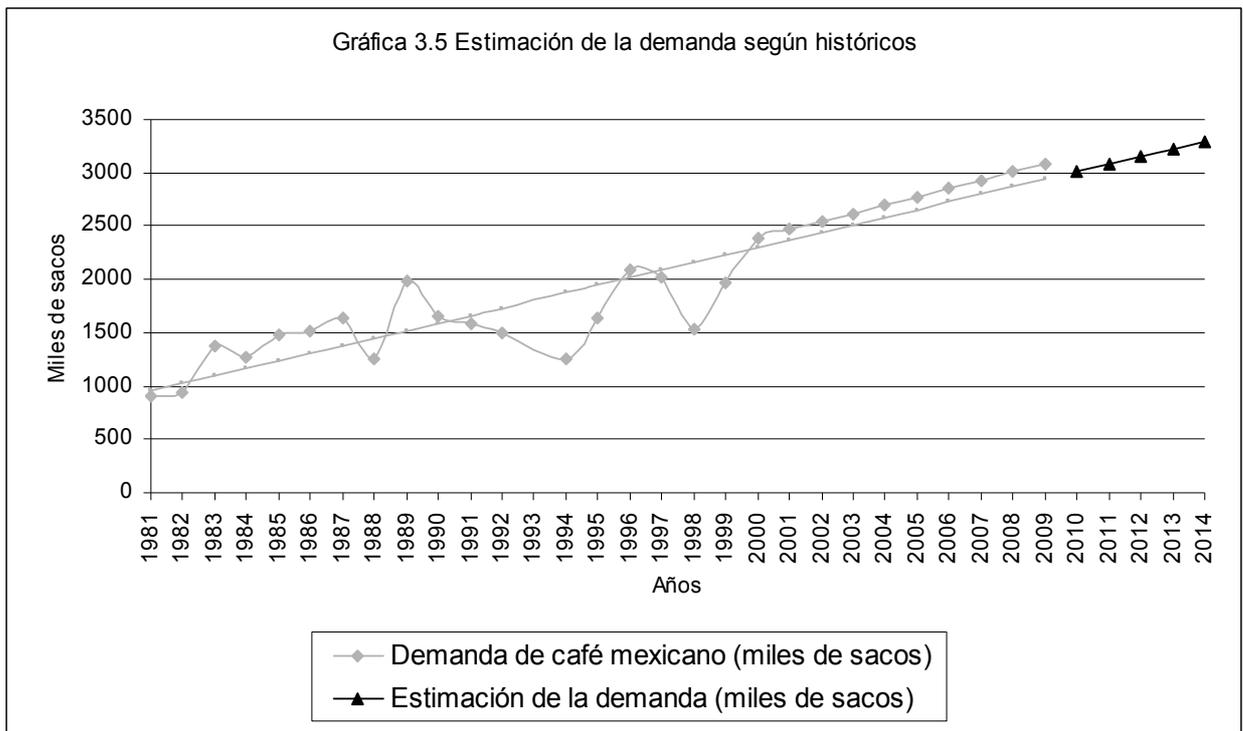
$$Y_D = 71(2010) - 139700 = 3010 \rightarrow \text{Ejemplo}$$

Tabla 3.4: Estimación de la demanda ($Y_D = m_D X + b_D$)	
Año	Estimación de la demanda de la UE. (miles de sacos)
2010	3010
2011	3081
2012	3152
2013	3223
2014	3294

Fuente: Elaboración propia

Como puede verse en tabla anterior, la demanda del aromático crece, lo que implica que para años posteriores aumentará el número de consumidores. Lo que indica un aumento de mercado para el café mexicano, y un mercado seguro para la Comercializadora Internacional de Café Orgánico en estudio.

En la siguiente gráfica (Ver Gráfica 3.5), se verá de manera clara el aumento de la demanda que tendrán los países de la Unión Europea para el producto orgánico:



Fuente Elaboración propia

3.3 Análisis de la oferta ⁵

La principal característica de este mercado es un crecimiento sostenido de la producción y las áreas cultivadas bajo condiciones orgánicas a nivel mundial en los últimos años. Hasta diciembre del 2001, más de 17 millones de hectáreas habían sido convertidas a orgánicas, lo que representa un incremento de más del 15% en relación al año anterior.

Aun aceptando que pudieran haber diferencias metodológicas en las estadísticas de ambos periodos, se puede constatar una clara tendencia ascendente del área de producción orgánica en la región centroamericana.

El área total de café orgánico certificado a nivel mundial ha incrementado. México y Perú fueron los países productores más importantes en Latinoamérica (93 039 y 37633 respectivamente). La comercialización de café orgánico certificado en 1995 alcanzó el valor de 7500 toneladas, una cifra equivalente al 0.12% del consumo mundial de café.⁶

Para determinar y realizar una estimación del aromático en la Unión Europea, además de ayudar a determinar cual sería el principal campo de enfoque de mercado de la Comercializadora se han analizado los siguientes datos históricos (Tabla 3.5), teniendo en cuenta que del total de la producción Mexicana, solo el 39% es enviada a la Unión Europea, se tiene lo siguiente:

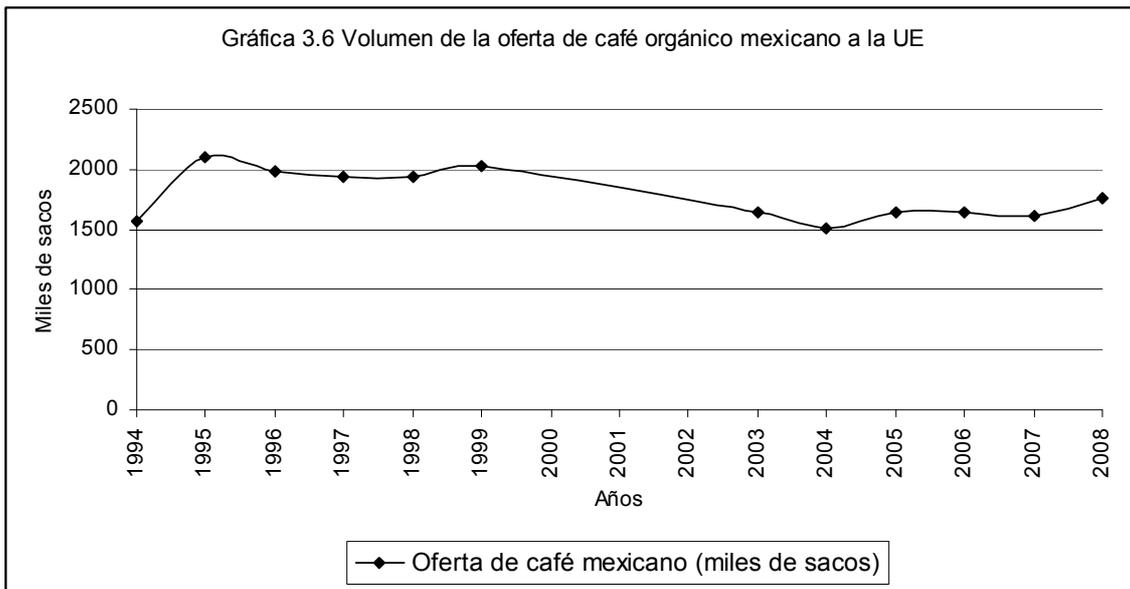
Año	Oferta de café mexicano (miles de sacos)	Año	Oferta de café mexicano (miles de sacos)
1994	1571.7	2003	1638.39
1995	2106	2004	1508.13
1996	1989	2005	1647.75
1997	1930.5	2006	1638
1998	1930.5	2007	1618.5
1999	2024.88	2008	1755

Fuente: Organización Mundial del Café

Con la respectiva gráfica para su mejor entendimiento:

⁵ Tendencias del mercado orgánico mundial. www.cedeco.or.cr/documentos/Tendencias%20del%20mercado.pdf. Mayo 2009.

⁶ Demanda de café orgánico. www.cedeco.demandadecafeorganico.com.pdf. Mayo 2009



Fuente Organización Mundial del café

Como puede verse en la gráfica anterior, aunque han existido aumentos y descensos de producto, en México, la producción del aromático ha sido constante.

Como en los cálculos anteriores realizados para determinar la demanda, de acuerdo con el índice de crecimiento de la oferta, que en este caso queda como se muestra a continuación:

$$I_o = \text{Promedio de crecimiento de la oferta}$$

$$I_o = 16.66 \text{ miles de sacos}$$

Con el índice de la oferta calculado arriba, se puede obtener los datos históricos faltantes, para el mejor análisis de la oferta del aromático:

$$O_{2000} = O_{1999} + I_o$$

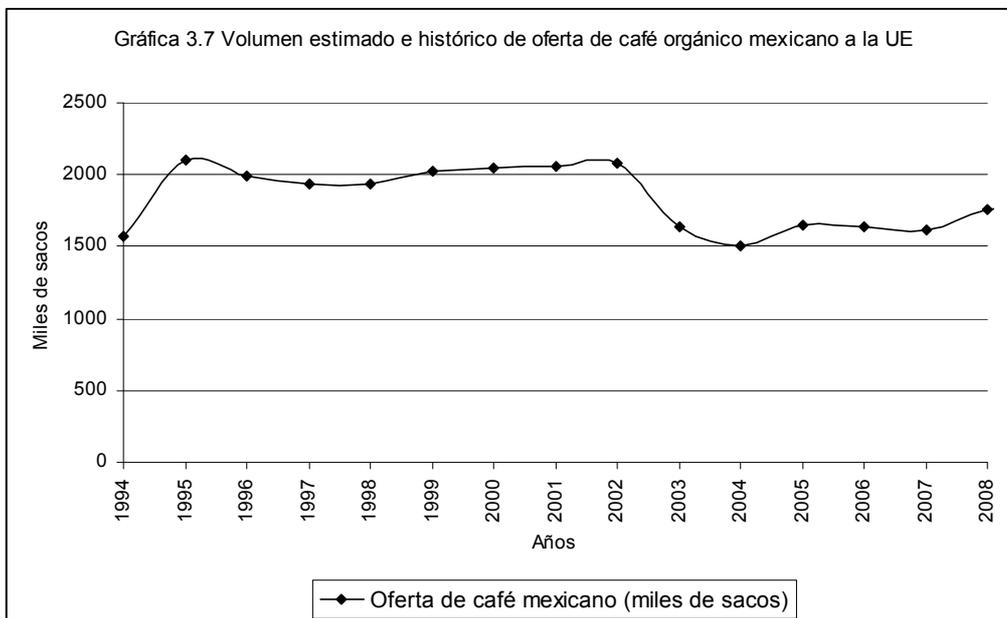
$$O_{2000} = 2024.88 + 16.66 = 2041.54 \text{ miles de sacos} \longrightarrow \text{Ejemplo}$$

Con lo que se obtienen los siguientes datos faltantes (Ver Tabla 3.6):

Año	Oferta de café mexicano (miles de sacos)
2000	2041.54
2001	2058.2
2002	2074.86

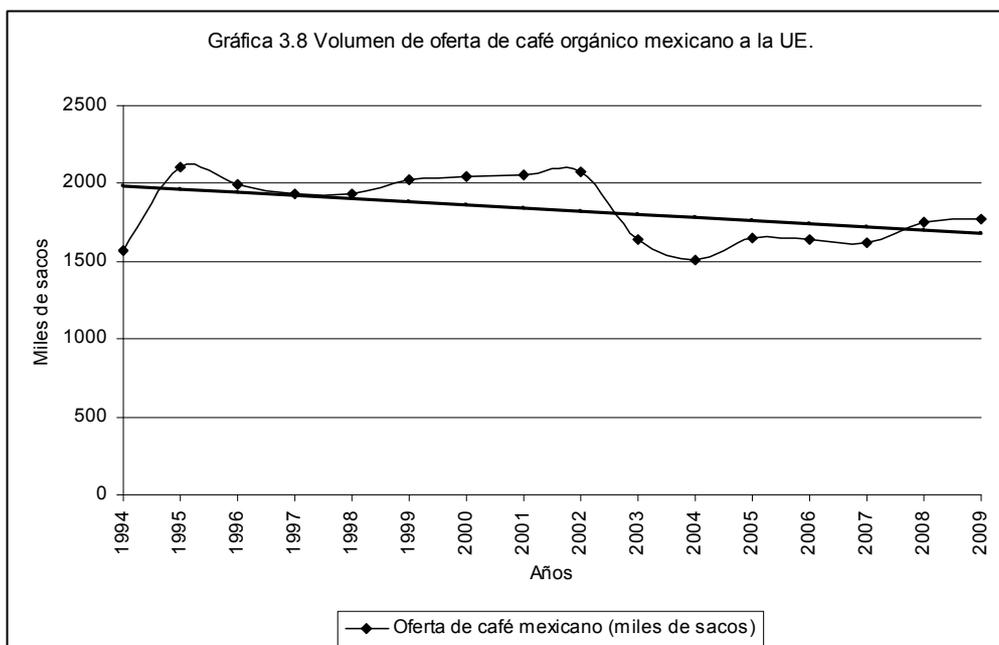
Fuente: Elaboración propia

Con los datos anteriores, en conjunto con los datos históricos, se obtiene la siguiente gráfica (Ver Gráfica 3.7), además de hacer un mejor análisis para estimar la oferta de los siguientes 5 años.



Fuente Organización Mundial del café y Elaboración propia

Como se realizó en el análisis de la demanda, también se hará una regresión lineal para acercar las estimaciones de los siguientes 5 años a un número más cercano a la realidad.



Fuente: Estimación propia

De igual manera, con ayuda de los datos anteriores, se puede hacer un estimado de la oferta del aromático hasta el año 2015, que son los 5 años de vida del proyecto. A continuación, el desarrollo de la fórmula para la estimación de la oferta:

$$Y_o = m_o X + b_o$$

Donde Y_o en este caso, será la oferta que se estimará, dependiendo del año en que se quiera saber el total de la oferta en los mercados.

El valor “ m_o ”, es la pendiente, que permite determinar el factor constante para estimación de la oferta según los datos históricos

Y la traspolación al origen será “ b_o ”, que ayuda a determinar una mejor aproximación a la estimación de la oferta. De tal manera que con los datos extraídos de la tabla anterior, tenemos:

$$m_D = \frac{n \sum xy - [(\sum x)(\sum y)]}{n \sum x^2 - \sum (x^2)} = -20.6285 \text{ miles de sacos}$$

$$b_D = \frac{\sum y - m \sum x}{n} = 43119.51 \text{ miles de sacos}$$

Una vez obtenidos los datos correspondientes para hacer la correlación lineal, la estimación de la oferta según los datos históricos es la siguiente (Ver Tabla 3.7):

$$Y_o = m_o X + b_o$$

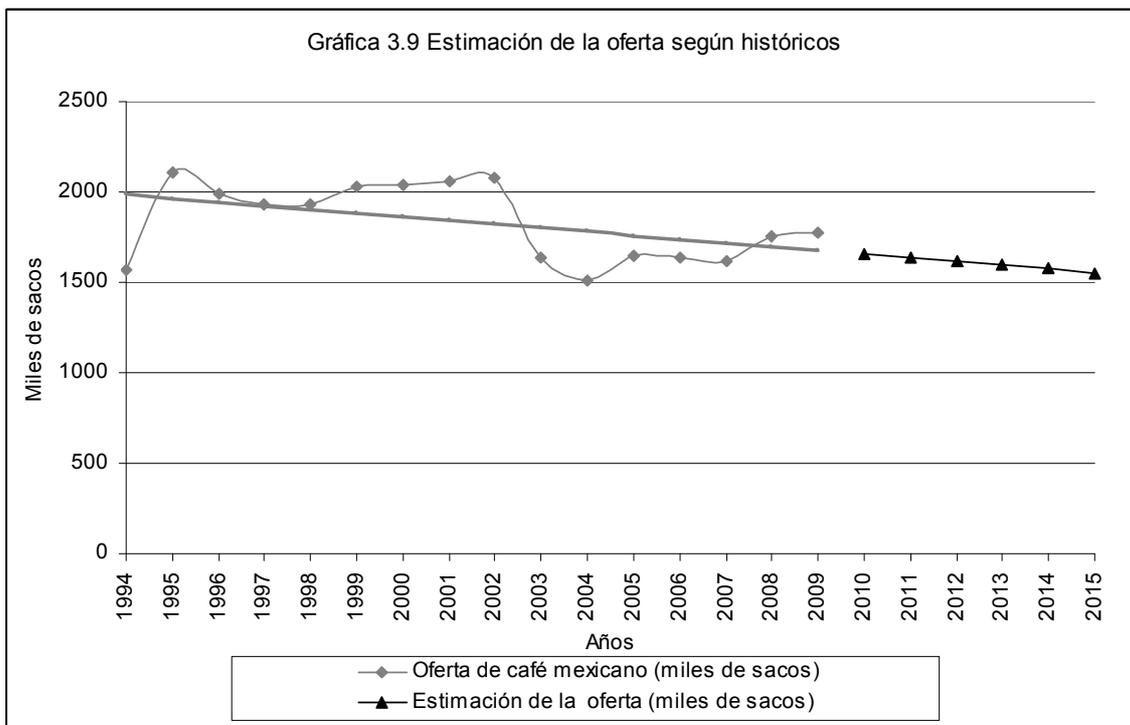
$$Y_o = -20.6285X + 4311951$$

$$Y_o = -20.6285(2010) + 4311951 = 1656 \rightarrow \text{Ejemplo}$$

Tabla 3.7: Estimación de la oferta ($Y_o=m_oX+b_o$)	
Año	Estimación de la oferta (miles de sacos)
2010	1656
2011	1636
2012	1615
2013	1594
2014	1574
2015	1553

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos anteriores, la gráfica correspondiente (Ver Gráfica 3.9), queda de la siguiente manera:



Fuente Elaboración propia

Como puede notarse, la producción de café orgánico en el mundo también se comporta de una manera creciente.

3.4 Relación oferta y demanda ⁷

Dentro del mercado mundial, México se encuentra en el lugar número cinco como productor y exportador de café orgánico. Con 4.6 millones de sacos después de Brasil, que produjo el 32.0 millones, Colombia 12.0, Vietnam 11.6, Indonesia 6.6, India con 5 millones.

Analizando las formas en las que el café se exporta al viejo mundo, los principales puntos de embarque del café orgánico de exportación mexicana son Nuevo Laredo por vía terrestre hacia Estados Unidos y por vía marítima por los puertos de Veracruz hacia la Unión Europea.

En el ámbito de la oferta, un extracto del documento Mercado Orgánico Mundial del Café, menciona que, la principal característica del mercado de café orgánico, es que existe un crecimiento de la producción y las áreas cultivadas bajo condiciones orgánicas a nivel mundial en

⁷ El café orgánico en México, <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf>. Mayo 2009.

los últimos años. Hasta diciembre del 2001, más de 17 millones de hectáreas habían sido convertidas a orgánicas, lo que representa un incremento de más del 15% en relación con años anteriores.

En el siguiente cuadro (Cuadro 3.1) se expresan algunas de las razones por las cuales el mercado del café orgánico ha crecido de manera constante.

Cuadro 3.1: Relación oferta demanda	
Demanda	Oferta
La población Europea se encuentra en total incertidumbre por saber el origen de los alimentos, y en este caso saber si existen contaminantes que pudieran dañar su salud.	Mayor disponibilidad de productos orgánicos en supermercados, bio-mercados, mercados y tiendas de descuentos.
Mayor interés y conciencia en los temas ecológicos, manejo sostenible de recursos, cambio climático, etc.	Mayor publicidad y marketing de los productos orgánicos.
Mayor interés por la salud y la nutrición	Mayores precios
Preferencia por la calidad de los productos.	

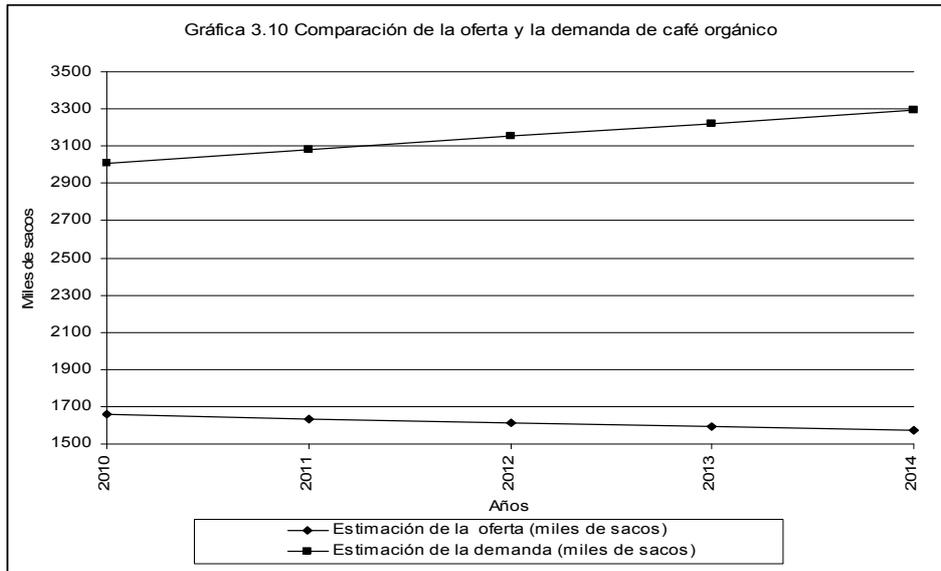
Fuente: Mercado Orgánico Mundial del Café

En el siguiente cuadro se muestra una comparación en cuando a la oferta y la demanda en miles de sacos del café orgánico mexicano.

Tabla 3.8 Oportunidad de mercado			
Año	Estimación de la oferta (miles de sacos)	Estimación de la demanda (miles de sacos)	Oportunidad de mercado (miles de sacos)
2010	1656	3010	1354
2011	1636	3081	1445
2012	1615	3152	1537
2013	1594	3223	1629
2014	1574	3294	1720

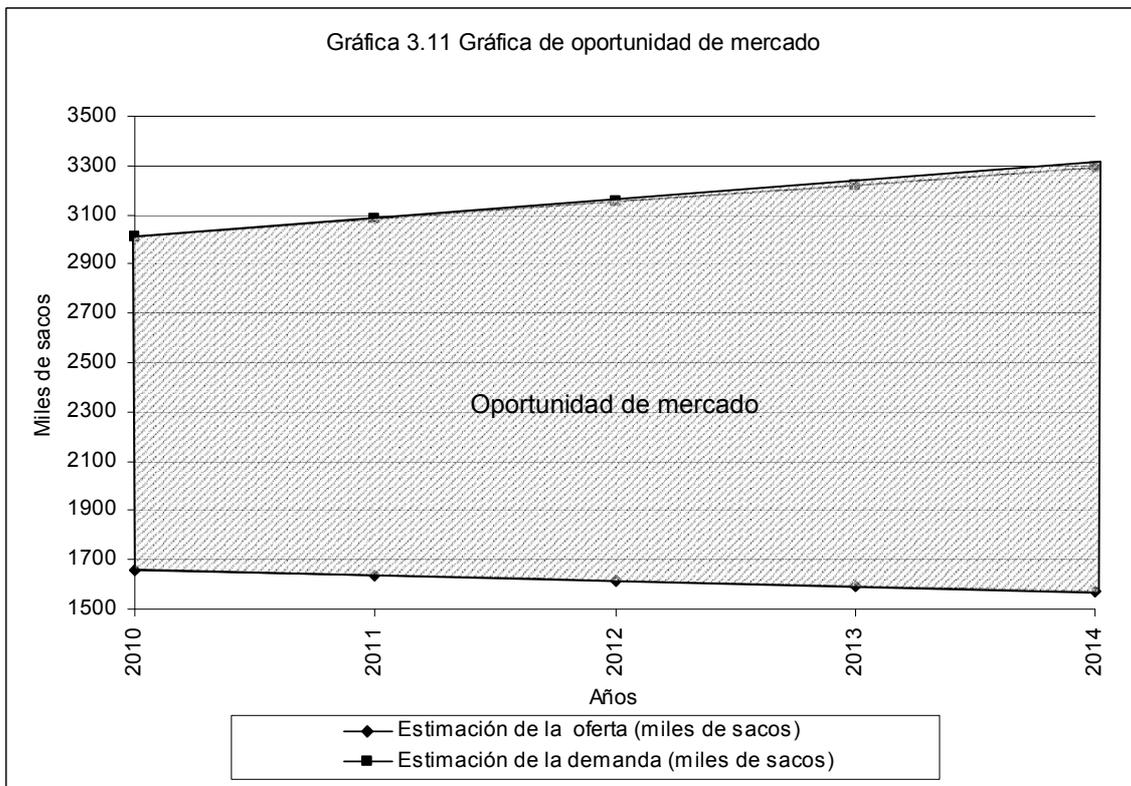
Fuente: Elaboración propia

Con la respectiva gráfica (Ver Gráfica 3.10) para mejor análisis:



Fuente Elaboración propia

Como puede verse, y se analizó anteriormente, la producción del café orgánico mexicano, es mucho menor a la demanda mundial. Por lo que puede deducirse que existe una oportunidad de mercado (Ver Gráfica 3.11), este mercado en promedio de 3070 sacos que no se han producido.



Fuente Elaboración propia

Como se observa en la Gráfica 3.11, la Comercializadora Internacional tiene una amplia oportunidad en el mercado, que es donde se podrá comercializar el café orgánico que se pretende producir.

3.5 Análisis de precios ⁸

En los últimos 5 años la tendencia del precio internacional del café mexicano llegó a su máximo en 1995 con 160.75 centavos de dólar por libra, y su nivel mínimo fue en 1992 con 46.65 centavos para el año 2000, el precio fue de 64.08 centavos de dólar por libra, precio menor al pagado por el café Colombiano y Brasileño.

En el ámbito de los precios internacionales, una de las características más importantes del mercado mundial del café es la alta volatilidad de los precios. Esta característica afecta particularmente a los productores directos y sus beneficios generalmente son capitalizados por los intermediarios, los cuales, especulan acumulando existencias cuando los precios bajan, y las colocan en el mercado durante los periodos de alza de las cotizaciones.

En algunos casos la actividad de los especuladores promueve o acelera la caída o la elevación de los precios, como sucedió entre 1989 y 1993 cuando los precios registraron una tendencia a la baja. En 1997 se registraron importantes alzas en los precios mundiales del café, resultando de la caída en la producción mundial, ocasionada, a su vez por diversos factores atribuidos al fenómeno climatológico conocido como el “Niño”, otros fenómenos, tales como heladas, sequías, y huracanes.

Sin embargo, en 1998 nuevamente los precios del café comenzaron a descender, el café arábica descendió un 50% entre enero y octubre de ese año al pasar de \$1.80 USD por libra (1.8 \$/lb.), a cerca de \$0.90 USD por libra (0.90 \$/lb.), iniciando una pequeña recuperación en noviembre de ese mismo año.

En la gráfica de abajo (Gráfica 3.12), observamos la evolución del precio internacional del café desde los años setentas. Como puede observarse, su nivel fue elevado en la década de los setenta, y alcanzó su nivel más altos en 1977, debido a los desequilibrios entre la oferta y la demanda que fueron agudizados en aquellos años por los problemas climatológicos que se presentaron en Brasil.

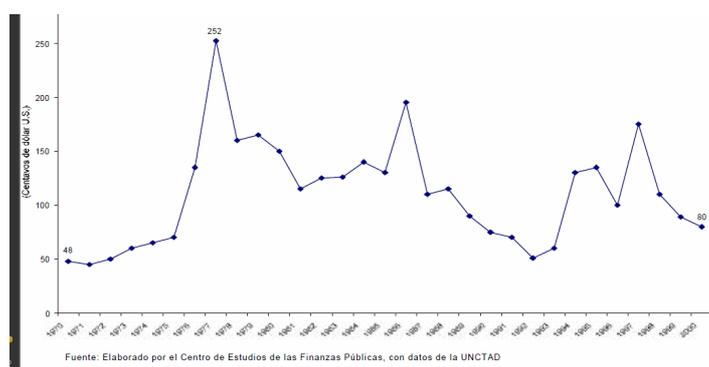
Durante la primera mitad de los años ochenta se registró otro ciclo de precios internacionales

⁸ Precios del café orgánico, Tendencias del mercado orgánico mundial. www.cedeco.or.cr/documentos/Tendencias%20del%20mercado.pdf. Mayo 2009.

elevados, nuevamente, los fenómenos climáticos en Brasil fueron la principal causa de esa tendencia: las heladas de julio de 1981 y agosto de 1984, además de la sequía de 1985, alteraron la oferta cafetalera de este país y con ello la disponibilidad mundial de excedentes.

Finalmente, en la década de los noventa se observa una fase de precios al alza entre 1994 y 1997, una vez más la causa de estos movimientos en los precios fueron los fenómenos naturales que afectaron a las cosechas de café brasileñas.

Gráfica 3.12 Precios históricos de café orgánico en la UE.



Fuente Cámara de Diputados

De acuerdo con la CEPCO⁹ se publicó en el año del 2009 la siguiente lista de precios (en dólares por saco de 60 kg.), de los años 2002 al 2007, y son los siguientes (Tabla 3.9):

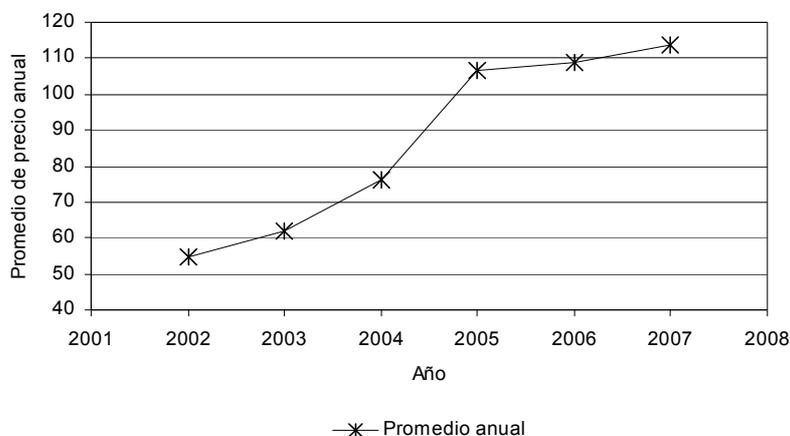
MES	2002	2003	2004	2005	2006	2007
enero	48.05	64.87	72.4	101.53	119.33	119.25
febrero	45.13	62.64	73.1	113.85	112.46	116.43
marzo	62.35	58.06	74.15	127.83	107.65	111.91
abril	54.12	62	70.23	109.5	109.08	109.23
mayo	50.52	65.5	72.59	119.5	104.03	108.77
junio	48.17	58.84	77.85	112.35	96.99	118.01
julio	48.63	61.03	69.42	101.64	98.62	
agosto	48.11	61.3	67.73	99.64	104.77	
septiembre	58.08	64.55	77.14	91.53	105.5	
octubre	61.92	62.28	75.88	99.91	104.55	
noviembre	65.88	58.9	84.29	100.86	116.9	
diciembre	67.83	62.6	99	98.73	126.48	
Promedio anual	54.899167	61.880833	76.148333	106.40583	108.86333	113.93333

Fuente: CEPCO Mayo 2009, www.cepcoco.com

Con la respectiva gráfica (Gráfica 3.13), de los precios establecidos anteriormente:

⁹ Precio del café orgánico a nivel mundial, www.cepcoco.org.mx, Mayo 2009

Gráfica 3.13 Precios del café orgánico



Fuente CEPCO Mayo 2008, www.CEPCO.com

Como se puede observar, el precio del café aumenta de acuerdo al paso de los años, don los datos anteriores, haciendo uso del índice de crecimiento anual se procederá a determinar los precios de los siguientes años, así se tiene:

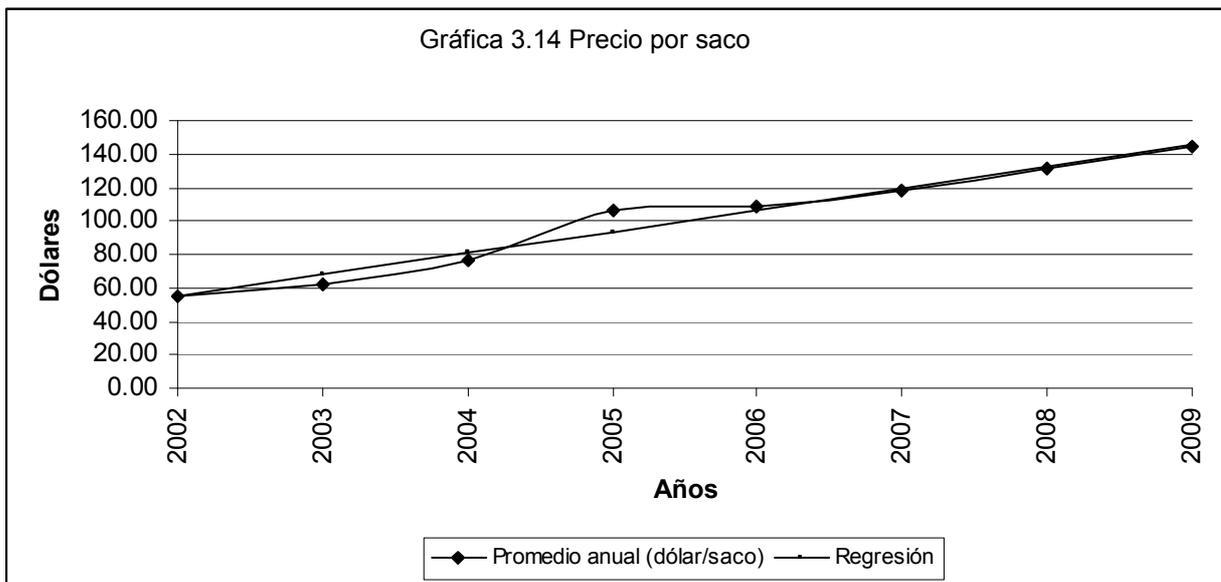
$$I_p = \text{Promedio de crecimiento de los precios}$$

$$I_p = \$1.08$$

Con ayuda de ese índice se determinan los precios faltantes y la estimación para el año 2021 que serán lo años de estudio del proyecto (Ver Tabla 3.10):

MES	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Enero	119.25	125.57	138.53	151.49	164.45	177.41	190.37	203.33
Febrero	116.43	126.65	139.61	152.57	165.53	178.49	191.45	204.41
Marzo	111.91	127.73	140.69	153.65	166.61	179.57	192.53	205.49
Abril	109.23	128.81	141.77	154.73	167.69	180.65	193.61	206.57
Mayo	108.77	129.89	142.85	155.81	168.77	181.73	194.69	207.65
Junio	118.01	130.97	143.93	156.89	169.85	182.81	195.77	208.73
Julio	119.09	132.05	145.01	157.97	170.93	183.89	196.85	209.81
Agosto	120.17	133.13	146.09	159.05	172.01	184.97	197.93	210.89
Septiembre	121.25	134.21	147.17	160.13	173.09	186.05	199.01	211.97
Octubre	122.33	135.29	148.25	161.21	174.17	187.13	200.09	213.05
Noviembre	123.41	136.37	149.33	162.29	175.25	188.21	201.17	214.13
Diciembre	124.49	137.45	150.41	163.37	176.33	189.29	202.25	215.21
Promedio anual	117.86167	131.51	144.47	157.43	170.39	183.35	196.31	209.27

Fuente CEPCO Mayo 2008, www.CEPCO.com



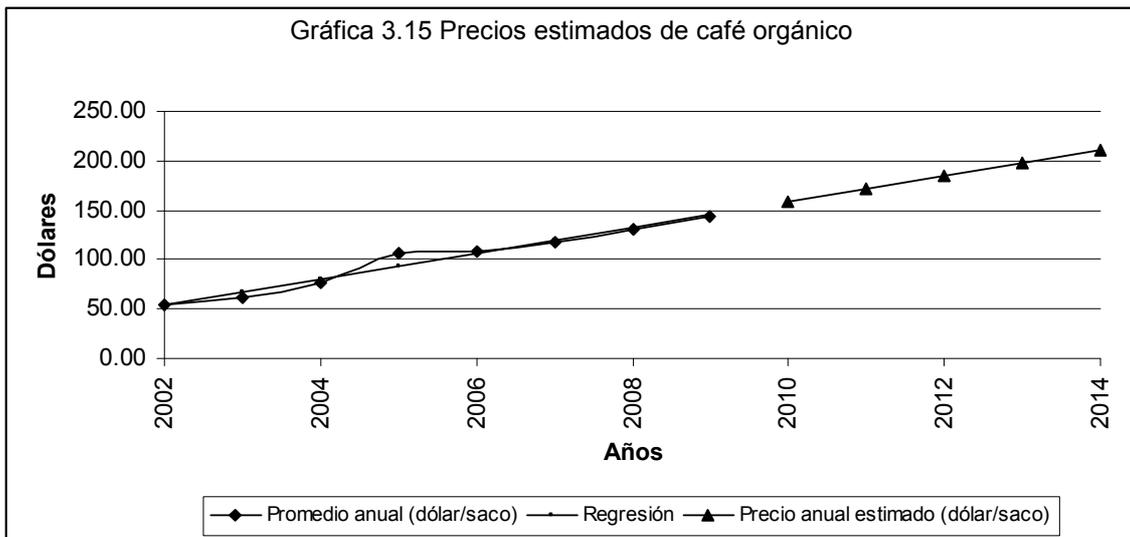
Fuente CEPCO Mayo 2008, www.CEPCO.com y Estimación Propia

Tabla 3.11 Precios estimados

Año	Precio anual estimado (dólar/saco)
2010	\$159.15
2011	\$172.24
2012	\$185.33
2013	\$198.41
2014	\$211.50

Fuente: Estimación propia

Con su gráfica respectiva (Gráfica 3.15):



Fuente Elaboración propia

En los precios del café orgánico, así como en la demanda y en la oferta se estima un crecimiento anual, lo que indica que el mercado es factible y puede mantenerse un precio constante y creciente.

3.6 Conclusiones del capítulo III

El café orgánico producido en México, en específico en el estado de Chiapas es uno de los principales productos orgánicos que se consume en Estados Unidos, Canadá, y los países integrantes de la Unión Europea (Alemania, Noruega, Bélgica, Holanda y Francia).

La demanda del café orgánico aumenta según los años, lo que quiere decir, que según los datos estimados, el café orgánico seguirá teniendo un auge dentro del mercado, un análisis cuantitativo menciona que el café tendrá una demanda promedio de 3152 sacos de 60 kg.

El índice de crecimiento de la demanda es de aproximadamente 71 mil sacos anualmente, mientras que la oferta será de 21 mil sacos, se puede decir que a pesar de que la oferta aumenta, la cantidad de mandada también.

Los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Guerrero y Tabasco, ofrecen una cantidad de 1615 sacos del aromático en promedio como oferta.

En relación de la oferta y la demanda, existe un mercado insatisfecho del café orgánico de aproximadamente 1537 sacos de café, el cual será abarcado por la comercializadora internacional en estudio.

Como puede verse el precio del café orgánico, tiene un aumento, y es rentable, En el caso de este proyecto, se tomará en cuenta que el precio del café tendrá un costo promedio de 150 dólares por cada saco de 60 kg., de café orgánico.

CAPÍTULO IV.

ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar la mejor ubicación de la planta, el tamaño óptimo de ésta, el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no está soportada por la demanda, Este estudio es importante, ya que también ayudara a determinar algunos de los elementos que servirán para el análisis de la inversión y conocer la viabilidad económica del mismo.

4.1 Localización de la planta

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos criterios importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: la macrolocalización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

4.1.1 Macrolocalización

Como se mencionó anteriormente, la macrolocalización se refiere a la selección de la región y/o estado donde se localizará el proyecto. Para este estudio se tomarán los siguientes criterios para determinar la mejor ubicación de la planta. Los criterios que se analizarán para llevar la ubicación de planta:

- **Aduanas:** Se refiere a la proximidad que se tiene con las aduanas, en este caso se debe de tomar en cuenta que las principales aduanas para poder exportar el producto se encuentran en Veracruz, y en Chiapas.
- **Clima:** Ya que el clima es muy importante para la producción del café orgánico, este criterio se debe de tomar en cuenta para tener en cuenta la mejor calidad del producto a exportar, además de tener en cuenta la humedad del lugar.
- **Infraestructura:** Otro criterio ligado al transporte, ya que se debe de tomar en cuenta la mejor manera para transportar la mercancía, en este caso, se refiere, a las carreteras, autopistas y lugares de transporte.

Todos los criterios anteriores se analizan en la siguiente tabla, la cual ayudara a decidir cuál es la mejor ubicación de la planta para exportar el aromático:

Criterio		Veracruz	Chiapas	Oaxaca	Guerrero
5	Aduanas	100	50	40	40
6	Clima	50	80	60	60
7	Infraestructura	50	60	40	30
Sumatoria		610	650	520	460

Información complementaria en Anexo A

Como se observa la planta se ubica en el estado de Chiapas, y cuenta con las siguientes características:

Chiapas, colinda al este con la frontera de Guatemala, al oeste con el estado de Oaxaca, al norte con el estado de Tabasco, al sur con el Océano Pacífico y al noroeste con el estado Veracruz. Se divide en 118 municipios y en 7 regiones fisiográficas: llanura costera del pacífico, Sierra Madre de Chiapas, depresión central, bloque central, montañas del norte, montañas del oriente y llanuras aluviales del norte.



Y de acuerdo con las estadísticas publicadas en la Síntesis Ejecutiva del café orgánico en Chiapas, en este estado:

- En promedio anualmente se producen 416.300 quintales de café orgánico.
- En comparación con el café convencional, este puede alcanzar un sobreprecio de hasta 50 dls./quintal, en comparación a los precios internacionales de la Bolsa de New York, esto dependiendo de la calidad.
- La superficie aproximada bajo este sistema certificado de cultivo es de 34.699 Ha.
- Chiapas es el principal productor de café orgánico certificado a nivel Nacional.

4.1.2 Microlocalización

Este estudio se hizo con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la comercializadora, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

Para este estudio se tomarán los siguientes criterios para determinar la mejor ubicación de la planta. Los criterios que se analizarán para llevar la ubicación de planta:

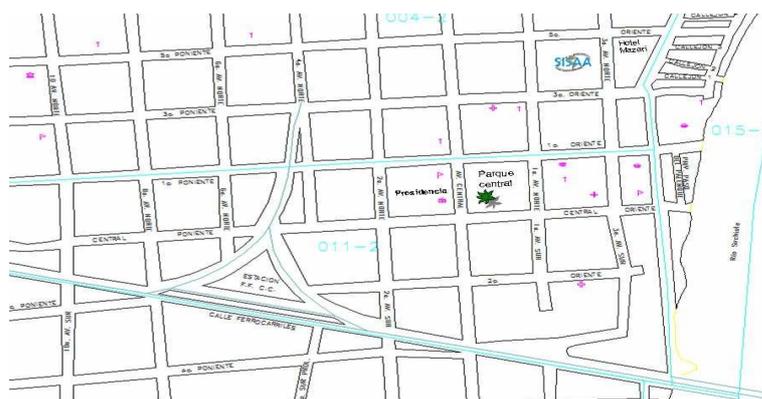
- **Mano de obra:** Se refiere a la calidad y costo que tiene el esfuerzo físico o mental empleado en la fabricación de un producto, la mano de obra se clasifica en mano de obra directa que es la que se involucra directamente en la fabricación del producto, que en este caso será la más importante, ya que será la encargada de producir, el café en excelentes condiciones. Y la mano de obra indirecta, la cual es la que no tiene que acciones directas hacia el producto.
- **Proveedores.** Se define como la persona o empresa que abastece de todo lo necesario para un fin, producto o servicio, en este caso se deben de tomar en cuenta la mejor ubicación o cercanía de los proveedores que abastezcan lo necesario para realizar la producción.
- **Transporte:** Es la acción de llevar un producto o servicio de un lugar a otro, en este caso se analizará la facilidad de encontrar y de transportar el café de un lugar a otro, desde el lugar de compra del grano, hasta la aduana para su exportación hacia Europa.
- **Costo total:** Dentro de este criterio se deben de analizar los costos de la compra o renta del inmueble donde estarán ubicadas las instalaciones, cabe mencionar que se deberá de hacer un análisis previo de cada uno de los lugares de estudio.
- **Ventaja competitiva:** Buscar el mejor lugar donde el producto sea el mejor, y buscar hacer una competencia leal a los otros exportadores de café.
- **Calidad del producto:** Se debe buscar el lugar de producción donde el café sea el de mayor calidad y el mejor en la producción del aromático, para buscar la mejor calidad en el producto final, y sea competitivo dentro del mercado global.

Todos los criterios anteriores se analizan en la siguiente tabla, la cual ayudara a decidir cual es la mejor ubicación de la planta para exportar el aromático:

Tabla 4.2 Matriz para ubicación de planta (%)					
Criterio		Veracruz	Chiapas	Oaxaca	Guerrero
1	Mano de obra	60	80	50	40
2	Proveedores	70	90	80	70
3	Transporte	80	50	50	60
4	Costo total	70	80	80	50
8	Ventaja competitiva	50	60	30	40
9	Calidad de producto	80	100	90	70
Sumatoria		610	650	520	460

Información complementaria en Anexo A

La planta se ubica en 1era. Cerrada de la Era No. 1 Barrio Las Quinta Sa, San Cristóbal de Las Casas 29247 Chiapas México.



La cabecera del municipio San Cristóbal de Las Casas fue una de las primeras ciudades construidas en la Norteamérica española. Es denominado Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo, aunque en realidad posee la cualidad de ciudad.

Fue capital de la Provincia de Las Chiapas desde la época colonial hasta principios de la época conocida como el Porfiriato. Los poderes pasaron luego a Tuxtla Gutiérrez, originando una guerra interna entre ambas ciudades. Esta pugna sería ganada por Tuxtla. Un conflicto con los mismos motivos se repetiría al iniciar la época revolucionaria estando San Cristóbal alineada del lado porfirista con el futuro perdedor.

Se le ha considerado por mucho tiempo Capital Cultural y orgullo del Estado de Chiapas, donde conviven diferentes expresiones culturales tanto chiapanecas como mundiales. Esta ciudad cosmopolita no supera los 200.000 habitantes (según censo 2005) y es la tercera en economía y

población de la entidad. Es la principal localidad turística de Chiapas y cuenta con todos los servicios.

San Cristóbal de las Casas se localiza en el centro del Estado de Chiapas, a 85 Km. al este de Tuxtla Gutiérrez, la capital del Estado, en una zona de clima templado y húmedo con lluvias en verano que le provee de una temperatura media anual de 15° C.

En esta Ciudad, una de las más bellas de México por su armónica composición urbana, podrá descubrir imponentes edificios religiosos como la Catedral o el Templo de Santo Domingo, revestidos con profusos detalles de estilo barroco y manufactura indígena, que perpetúan la herencia cultural de las etnias tzotziles, tzeltales y lacandones que residen en sus alrededores y de quienes también podrá observar exóticas colecciones de objetos de uso cotidiano, artesanías y piezas prehispánicas resguardadas en instituciones de amplia tradición antropológica y filantrópica como el Museo Na Bolom o el Centro Cultural de los Altos de Chiapas.

En sus alrededores podrá ser testigo del mágico ambiente que envuelve a poblaciones como San Juan Chamula, sede de uno de los carnavales de mayor colorido y tradición de la entidad, desde la cual podrá realizar un recorrido por zonas de gran riqueza natural como la Reserva Ecológica de Huitepec, donde encontrará algunas de las mejores muestras de biodiversidad de la región o El Arcotete, donde podrá descender en rappel por increíbles paredes de más de 30 m de altura.

4.2 Requerimientos legales

Aspectos ambientales

Aquellas empresas dedicadas a actividades industriales, deberán de cumplir con las obligaciones de equilibrio ecológico que se establezcan en las diversas disposiciones legales en materia ambiental, como lo son: la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Medio Ambiente. Con respecto a los lineamientos en materia de la producción, comercialización, distribución y venta del tequila, se debe consultar la normatividad que el Consejo Regulador del tequila (CRT) emite para la protección de la industria cafetalera y a su vez de la denominación de origen del producto, además de seguir la Ley de la Propiedad Industrial que establece el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, considerando especialmente el artículo 169 que enuncia:

“La autorización para usar una denominación de origen deberá ser solicitada ante el Instituto y se otorgará a toda persona física o moral que cumpla los siguientes requisitos:

- Que directamente se dedique a la extracción, producción o elaboración, de los productos protegidos por la denominación de origen.
- Que realice tal actividad dentro del territorio determinado en la declaración.
- Que cumpla con las normas oficiales establecidas por la Secretaría de Comercio y Fomento.
- Industrial conforme a las leyes aplicables, respecto de los productos de que se trate.
- Los demás que señale la declaración.

Según la Secretaría de Desarrollo Rural en conjunto con la Subsecretaría de Comercialización, la Dirección de Comercialización Agropecuaria, y el Fomento de las Exportaciones expone los siguientes requisitos para la exportación de café verde.

Determinación de la fracción arancelaria 09 01 11 00

09 capítulos

01 partida

11 subpartida

00 fracción arancelaria

Para Estados Unidos y Canadá el café verde está libre de arancel, es decir no paga impuestos al comercio exterior.

Factura Comercial se presenta en original y seis copias, debe incluir la siguiente información:

- Nombre y dirección del vendedor o embarcador
 - Nombre y dirección del comprador
 - Descripción detallada de la mercancía
 - Cantidad, peso y medidas del embarque
 - Precio de la mercancía enviada, especificando tipo de divisa
 - Condiciones de venta (incoterm)
- Pedimento de Exportación, es emitido por el agente aduanal o de carga, es un documento oficial que permite a la empresa exportadora comprobar sus exportaciones a efectos fiscales ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHP) y es importante para la devolución o acreditación del IVA. Este documento deberá ir acompañado de la factura o cualquier documento que exprese el valor comercial del producto.
 - Certificado de Origen, es un documento donde el exportador manifiesta formalmente que un producto es originario del país o de la región. El certificado de origen es muy importante

cuando se quiere aprovechar las garantías del trato arancelario preferencial, que se ha establecido entre dos países o naciones que integran una región.

- Documento de Transporte, (emitido por el transportista o agente de carga), es el título de consignación que expide la compañía transportista, en el que se indica la mercancía que se ha embarcado, el destino determinado y las condiciones en que se encuentra. Este título se incluye en la documentación que se envía al importador. El transporte utilizado para enviar los productos hortofrutícolas al mercado de la Unión Europea es el aéreo (Guía aérea / airway Bill) o marítimo (Conocimiento de embarque/ Bill of landing), dependiendo la negociación que se realice con el importador.
- Lista de Empaque, es emitida por el exportador, permite identificar las mercancías y saber lo que contiene cada caja y a su vez anotar en éstas, en forma clara y legible, los números y las marcas que las identifiquen, junto con la descripción de la mercancía contenida.
- Certificado Fitosanitario Internacional, es una constancia destinada a facilitar el comercio internacional y que garantiza la sanidad de los productos. Asegura que el embarque de la exportación ha sido debidamente inspeccionado y se encuentra libre de plagas agrícolas de importancia. Este documento lo emite la Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través de la Comisión Nacional de Sanidad Agropecuaria (CONASAG).
- Estar registrado en la Food and Drug Administración (FDA)

La FDA es notificada de la entrada de la mercancía y determina la factibilidad de admitir el alimento al país.

4.3 Exportación del café orgánico

La exportación es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero. Según PROMÉXICO, expidió una “Guía Básica del Exportador”, la cual ayudará a determinar el mejor proceso de exportación del café orgánico de la Comercializadora Internacional.

Para una mejor exportación, la Guía Básica del exportador recomienda que el exportador cuide los siguientes aspectos:

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.
- Calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de sus costos

- Contar con contratos internacionales que consideren los derechos y obligaciones de las partes
- Contratar seguros
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historias de pago.
- Usar cartas de crédito
- Aprovechar los apoyos de fomento a los exportadores del Gobierno Federal.

Otros aspectos que hay que tomar en cuenta para la exportación según la Guía Básica del exportador, emitida por PROMÉXICO:

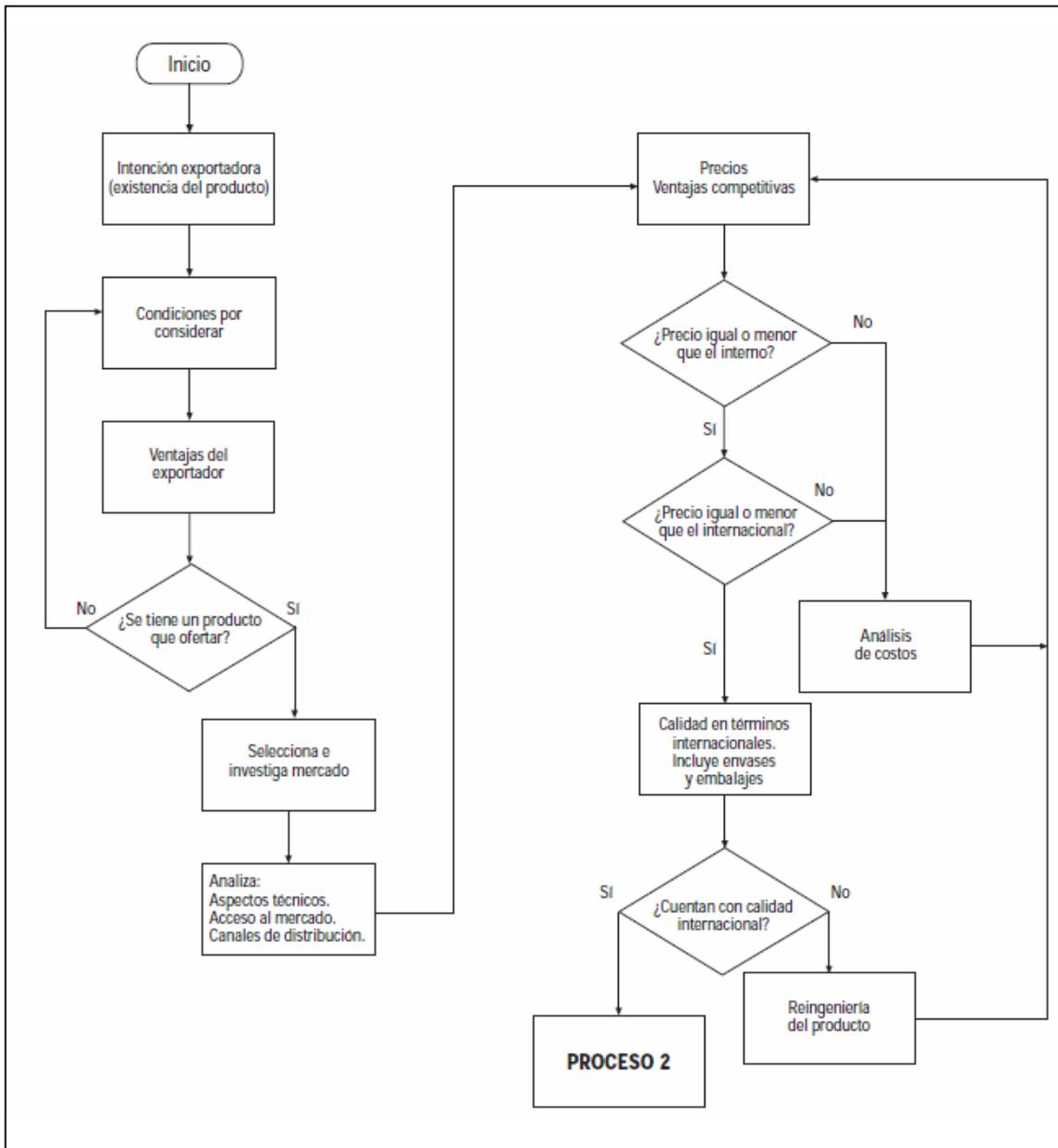
1. **Un producto a ofrecer:** en es te punto se determina el producto que se quiere ofrecer, que se desea comercializar y/o vender al extranjero, en este caso se tomará en cuenta el café orgánico.
2. **Fuentes de información:** Se debe te tener presente la información necesaria sobre el café orgánico, aplicaciones, usos, procesos, la demanda y la oferta que existe actualmente (y algunos años anteriores), al país donde se desea exportar, tener en cuenta la competencia, etc.
3. **Conocer el mercado seleccionado:** Ya que se ha realizado la selección del producto y del mercado, se pasa a la etapa de la investigación del mercado, el cual debe ser lo mas cuidadosa posible y profunda, dentro de esta información necesaria, puede estar; las cifras de población, la situación política centros de comercialización, sistema bancario y formas de pago utilizadas, clima, etc.
4. **Aspectos técnicos:** Una vez definido el producto, el mercado al que se pretende exportar, la siguiente etapa es la investigación de:
 - a. La fracción arancelaria del producto.
 - b. Los documentos y trámites que se involucran en este proceso.
 - c. La determinación del precio de exportación.
 - d. La elección del medio de transporte más adecuado.
 - e. El conocimiento de los acuerdos y tratados comerciales que México tiene firmados con otros países, para poder hacer uso de los beneficios arancelarios y las condiciones de acceso.
 - f. Las regulaciones no arancelarias (normas técnicas, de seguridad, etiquetado, ecológicas, entre otras), que aplican al producto en el mercado de destino.

5. **Acceso al mercado:** Consultar y definir a un cliente potencial, la forma mas sencilla de encontrarlos es:
- a. Consultar las demandas por productos mexicanos que detectan Consejerías Comerciales y que dan a conocer a través de *Export@net* y que se publican en la revista de negocios internacionales de Bancomex.
 - b. Visitar el portal de Bancomex en Internet ^{4,5}, u otros sitios relacionados con la actividad exportadora, mismos que pueden localizarse a través de distintas páginas Web.
 - c. Participar en alguna feria internacional como expositor.
 - d. Acudir a los programas de fomento a la coinversión, como los Eurocentros de negocios o consultar directamente las demandas en las cámaras de comercio, representaciones diplomáticas o comerciales.
6. **Canales de distribución:** Determinar los canales de distribución, como es ke se distribuirá a los países que se desea exportar.

En diagrama de flujo, el proceso de exportación queda así

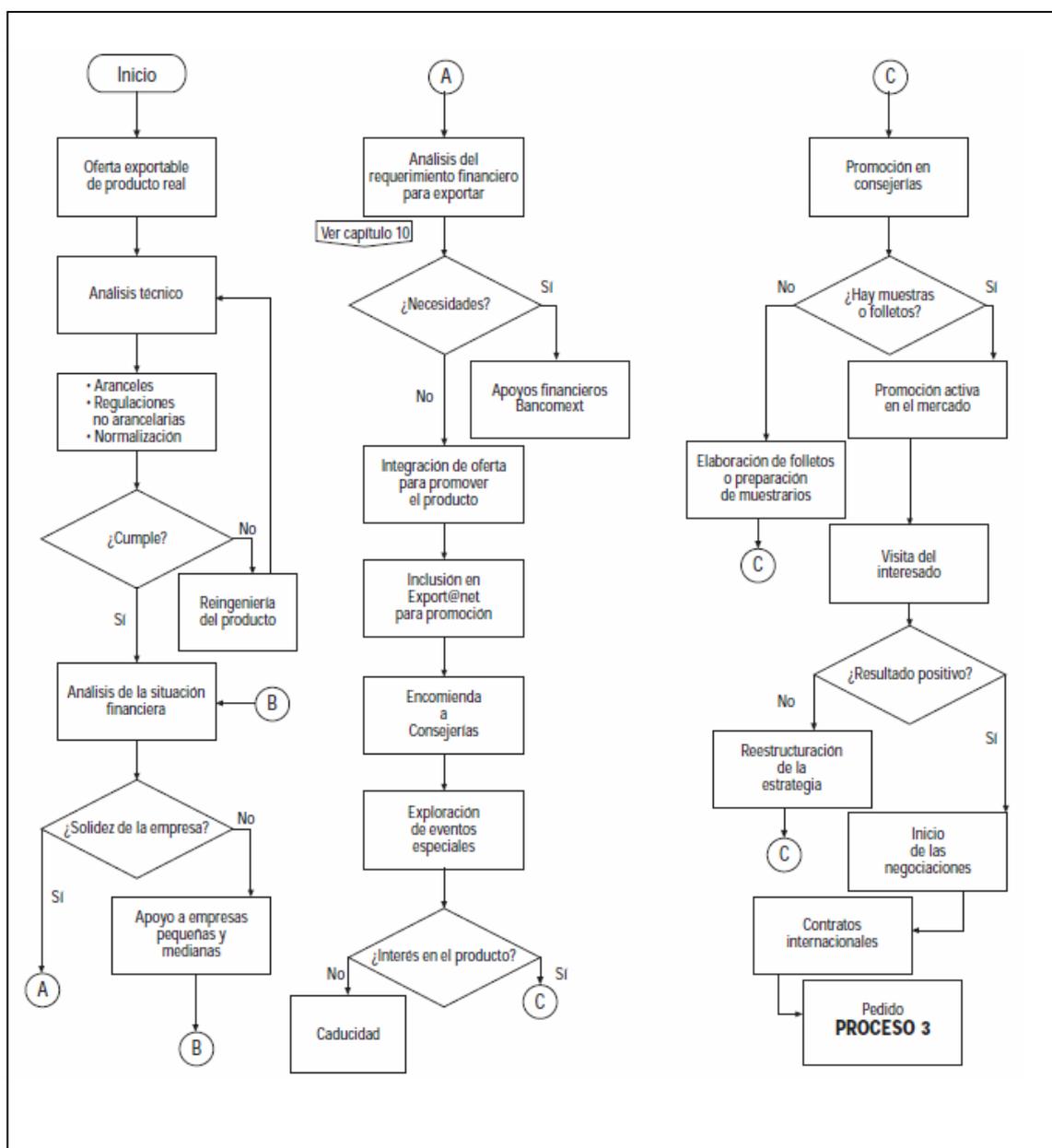
Diagrama de flujo de la exportación:

Cuadro 4.1 Diagrama de flujo del proceso de exportación



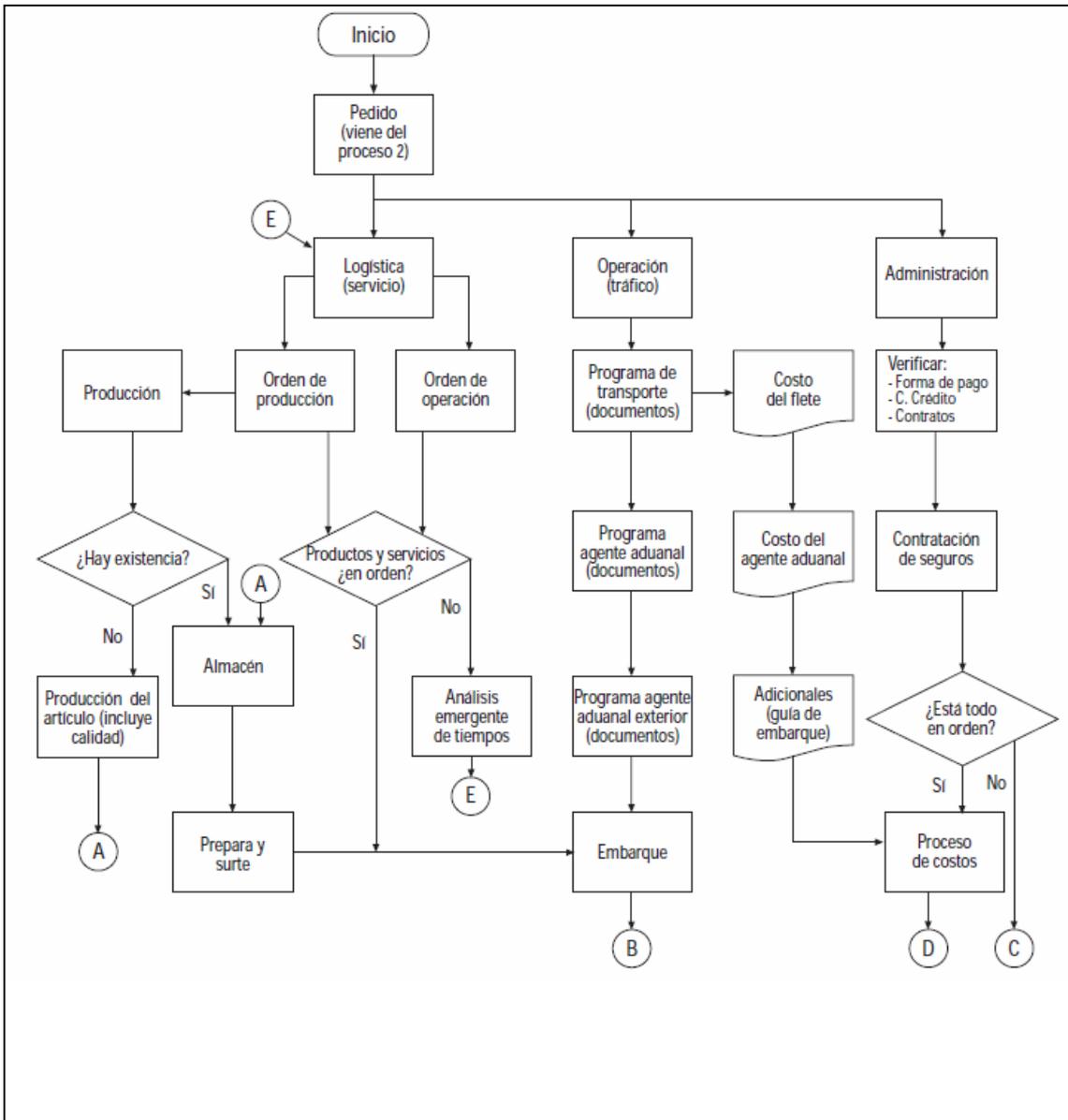
Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.1 Diagrama de flujo del proceso de exportación



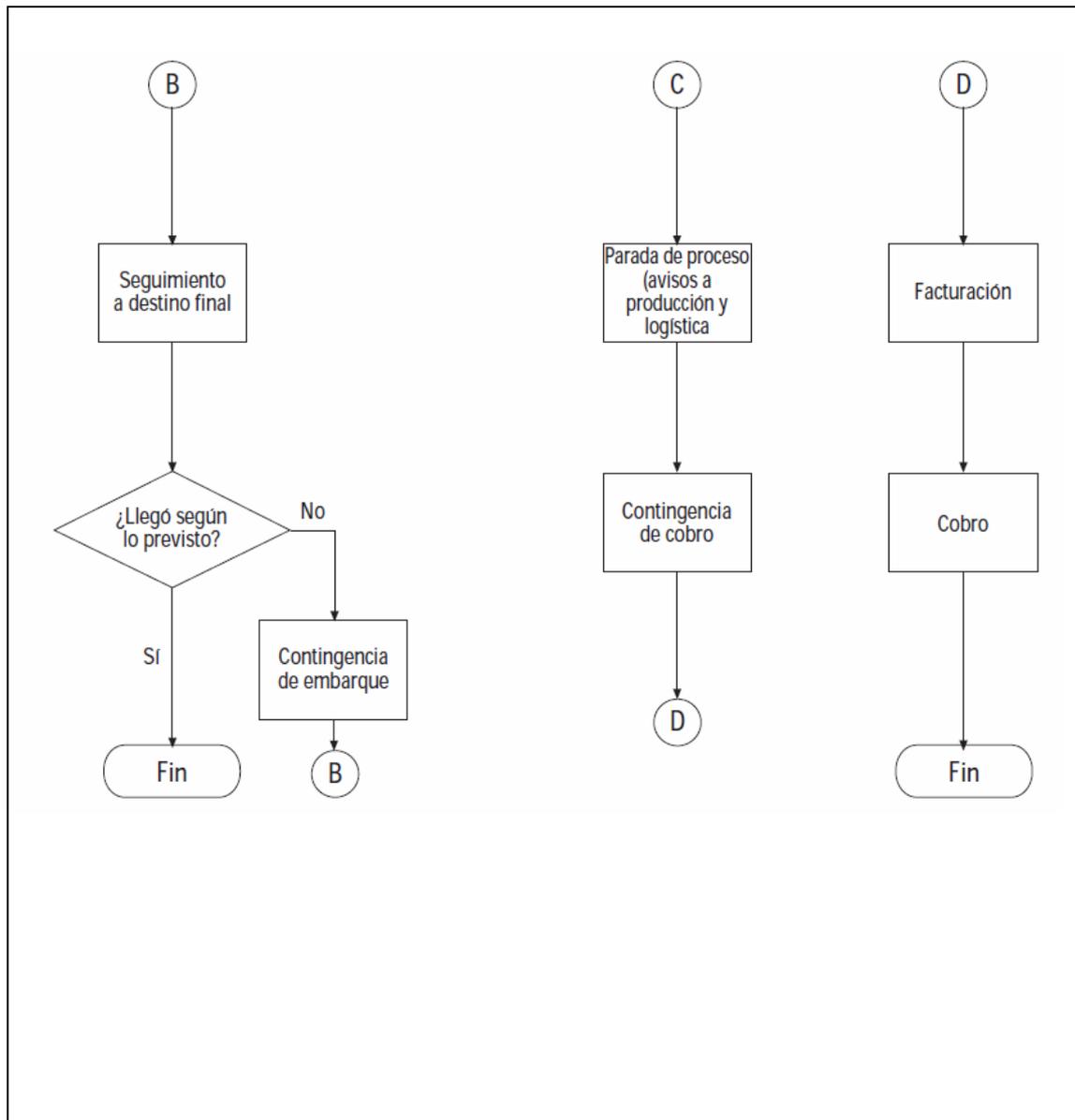
Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.1 Diagrama de flujo del proceso de exportación



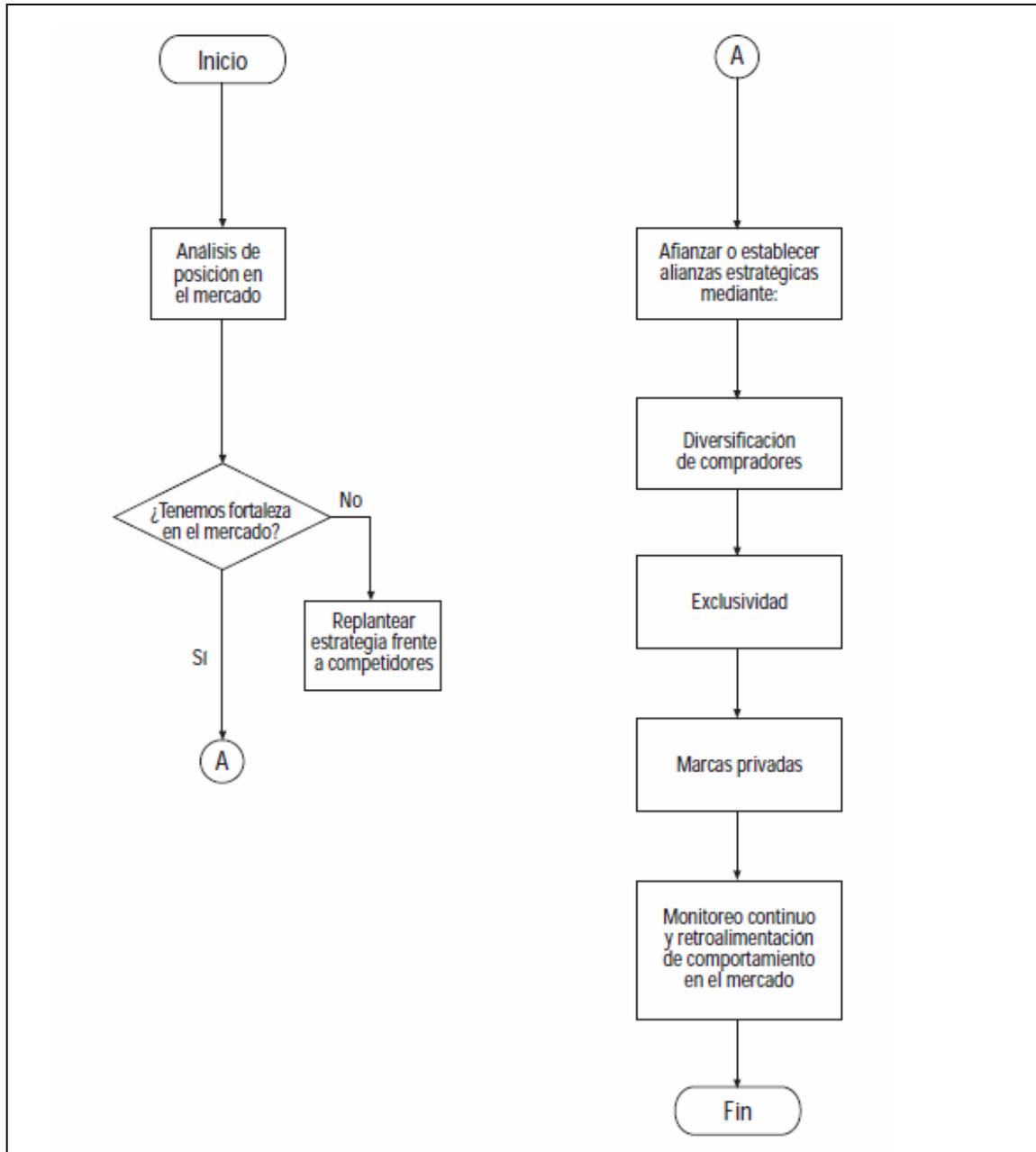
Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.1 Diagrama de flujo del proceso de exportación



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.1 Diagrama de flujo del proceso de exportación



Fuente: Elaboración propia

Este es el proceso general para la exportación según la Guía Básica del Exportador, sin embargo, los datos necesarios, trámites, documentación y formatos, se encuentran en el **Anexo B**.

4.4 Descripción del proceso de producción

1. **Recolección del café verde:** Es la materia prima de nuestro proceso.
2. **Despulpado:** Es simplemente lo que dice el nombre, el café pasa por maquinas las cuales separan la pulpa de las semillas y así obtener el grano verde y lógicamente sin procesar del café
3. **Torrefacción:** Es un tipo de tueste o tostado que sirve para la alteración de las propiedades físicas y química del café, entre ellas el aroma, color y sabor. Al café resultado de este proceso se le llama "café torrefacto", que muchas veces son comercializados.
4. **Empaque:** El producto es empacado y transportado a sus destinos finales

Programa de producción

TIEMPO	ACTIVIDAD	1 HORA	MEDIA HORA	25 MINUTOS	20 MINUTOS	15 MINUTOS
	1. Se recoge el café					
	2. Se separa la semilla de la pulpa					
	3. Se limpia					
	4. Se tuesta para aumentar sus propiedades					

	TIEMPO EN QUE SE ESTIMA REALIZAR LA ACTIVIDAD
	TIEMPO EN QUE SE REALIZA LA ACTIVIDAD

4.4.1 Capacidad de Producción

El mercado de café es en si mismo, muy inestable y se caracteriza por su relaciones comerciales desiguales.

El camino al café orgánico no fue fácil. Pero una vez que asumieron el compromiso de adoptar el cultivo orgánico, los productores encontraron trabajando bajo serias desventajas. Por un lado, sus cafetos solo producían cerca de 7.6 quintales por hectárea debido al alto porcentaje de matas viejas que ya terminaban su vida útil.

Las plantaciones también tenían muy pocas matas por hectárea, y existían problemas con la baja fertilidad de suelo. Cuatro grandes compañías controlan cerca del 70% de la comercialización: Phillip Morris, Nestlé, Sara Lee, Procter and Gamble. En este contexto, los pequeños productores solo tienen el 30% de la comercialización.

Considerando este punto la Comercializadora Internacional de Café Orgánico "Grano de Oro" S.A, de C.V. tiene una producción de:

700 kg por hora en maquinaria,

5,600 kg al día,

28,000 kg a la semana,

112,000 kg al mes,

1`344,000 kg al año,

Esto corresponde a 22,400 sacos anuales.

La capacidad instalada es de 6`132,000 kg al año, esto es 102,200 sacos.

Se está produciendo un 22% de la capacidad instalada.

4.4.2 Selección de Materia Prima

El café orgánico es un café libre de químicos y pesticidas que se cultiva con un estricto control de calidad y en armonía con la naturaleza.

El café orgánico en México se cultiva bajo sombra, es decir, las matas del cafeto se cultivan intercaladas con árboles diversos tales como naranja, plátano, limón, aguacate. También dan sombra al café árboles que no dan producto, del género Inga. Estos cafetales son sistemas agroforestales que ofrecen numerosos beneficios ecológicos y económicos tales como: la protección y conservación de la biodiversidad; protección de suelos; regulación de lluvias, heladas, vientos; protección de cuencas hidrológicas, captación de carbono; generación de alimentos y diversificación productiva.

El cultivo de café orgánico se rige por normas internacionales de producción e industrialización que son vigiladas bajo un sistema de certificación que nos garantiza el consumo de café de alta calidad sin insumos de síntesis química y la protección del medio ambiente.

La agricultura orgánica se rige bajo los principios de una producción ambientalmente amigable; proteger el ambiente utilizando técnicas de producción en equilibrio y armonía con la naturaleza, evitando la destrucción de los recursos naturales en las zonas tropicales.

Económicamente viable: dirigida a mejorar el ingreso del productor a través del sobreprecio que se paga por el café orgánico.

Socialmente justa: orientada a mejorar la calidad de vida de los productores y de los consumidores. Entre los principales países productores de café orgánico están México, Perú y Bolivia. Entre los principales países consumidores están la Unión Europea y los Estados Unidos. Entre los sellos de café orgánico que garantizan al consumidor que el café es orgánico está Certimex (México) Naturland (Alemania) y Ocia (Estados Unidos).

4.4.3 Selección de maquinaria y equipo

- TRILLADO

El trillado o curado consiste en el descascarado o pelado de la cubierta del grano, eliminando por pulimento las cáscaras plateadas y finalmente su clasificación. El descascarado, pulido y parte de la clasificación se realizan por medio de maquinaria. Estas operaciones se pueden llevar a cabo en forma separada, o el descascarado y el pulido se pueden combinar. Si el café fermentado y secado es demasiado húmedo, se le debe secar aún más antes de que los granos se descascaren.



- EL TOSTADO DE CAFÉ

El tostado del café es clave, un mal tostado puede echar a perder todo el control de calidad que se realizó para obtener un excelente grano.

El tostado del grano varía de acuerdo a las características específicas que se quieran obtener para satisfacer los distintos gustos y preferencias del consumidor.

El arte de tostar café es la combinación perfecta de temperatura y tiempo.

El tostado se reconoce por el color del grano, existen incluso diferentes instrumentos de medición (colorímetros) para infinidad de tonalidades de tueste.

Los tuestes más comunes son: claro, medio y oscuro. Un tueste pasado o muy oscuro hace que el grano suelte más aceites y tenga un sabor fuerte o quemado.

Un tueste muy ligero puede dar un sabor débil ya que no ha soltado sus aceites. El tostado debe ser uniforme y depende del tipo de café que se quiera preparar. No es recomendable un tostado oscuro porque se pierden cualidades del café. En un tostado claro se aprecian mejor las cualidades de acidez y aroma. Para un café americano recomendamos un tostado medio.

- TOSTADOR

Sabemos que el tueste del café es fundamental para poder apreciar y disfrutar una buena taza. El tostador está diseñado con apego a los principios y calidades requeridas por el café, garantizando uniformidad en el tueste, corto tiempo por ciclo y rápido enfriamiento.

El tostador es simple de operar, muy silencioso y de fácil limpieza, sin vapores ni polvo en la sala o cafetería. Gracias a la pintura acrílica, combinados con cromo y acero inoxidable.



Cuentan con Termómetro, Tomador de Muestras, Mirilla de Observación, Sistema de Enfriamiento y Ciclón Recolector de Polvos y Encendido Electrónico. Control de Temperatura Automático Digital y Sistema Neumático de Carga del Café Verde (Opcional).

Máquina completamente automática para el tostado natural de café y otros productos con una capacidad de carga de 120 kg de café y un rendimiento de 4- 5 tostadas por hora.

- PATIN HIDRAULICO

El patín hidráulico nos permite transportar tarimas u otros productos con facilidad.

Características

- 3 posiciones del mango.
- Ruedas fabricadas en nylon o poliuretano.
- El proceso de galvanización lo hace más durable a la corrosión.
- Totalmente galvanizado la manija, soportes y, uñas.
- Funcionamiento hidráulico.
- Fácil operación.
- Ruedas de poliuretano.

Ventajas

Facilita la traslación de sus productos.

Contamos con diferentes capacidades de carga así como distintas medidas en largo y ancho de uñas.



- TARIMAS

Por reglamentación de la SEMARNAP para control de plagas en el traslado de mercancías de importación y exportación, se han unificado los criterios internacionales en la gran mayoría de los países exportadores para fumigar y emitir certificados que cumplan las normas de control de plagas. La madera de las tarimas debe ser de pino y mostrar un logo y clave grabado de SEMARNAP que garantiza el cumplimiento.

Las tarimas que ocuparemos en el proyecto serán de pino con medida de 1220mm x 1960mm, a un precio de \$220.00 cada una se ocuparan 30 tarimas, 6 estarán en almacén y las 24 restantes se encontraran en contenedores para su exportación; lo cual tendrá un costo de \$6,600.00



- CAMIONETA

El transporte comercial está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicados en el movimiento de los bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes.

Ofrece gran versatilidad, permitiendo instalar cualquier tipo de carrocería. Cuenta con una excelente reputación, ya que es el más confiable, duradero y fuerte, comparado contra la competencia. Tiene un alto valor de reventa en el mercado, gracias a sus características de desempeño, alta calidad de manufactura y bajo costo de mantenimiento.

Ofrece las siguientes características:

- Cofre aerodinámico
- Defensa delantera
- Espejos laterales de 5" de acero inoxidable
- Tope defensa delantera

Este modelo tiene un costo con todo y carrocería de \$280,000.00



Tiene una capacidad de carga de 17.5 toneladas.

4.5 Organización y administración de la empresa

La organización y la administración dentro de una compañía son fundamentales, debido a que se puede decir que si no existe una organización y administración adecuada de los recursos con los que cuenta la compañía no se podría operar eficientemente, por lo cual no se sería capaz de considerarse como una compañía para desarrollar proyectos de inversión.

Debido al esquema de trabajo como comisionista y productor para el extranjero, las principales actividades a realizar son ventas y administración así como la manufactura de café, por lo que no requiere mucho personal para sus operaciones, ya que básicamente lo que se hace es establecer los contactos con los importadores, así como establecer los contratos mercantiles de estas operaciones. En cuanto al área operativa se cuenta con maquinaria de tecnología por lo tanto tampoco se requiere de mucho personal.

El personal a cargo está capacitado y cuenta con los estudios y experiencia necesarios para actividades de comercio. Por lo anterior es lo que se considerara que es lo necesario para que la

compañía pueda empezar a desarrollar todas y cada una de las actividades descritas para el proyecto.

4.6 Conclusiones del capítulo IV

A pesar de tratarse de una pequeña compañía, cumple con todos los requerimientos legales como son: fiscales, laborales, contables y administrativas. El personal clave estará enfocado al comercio exterior, deberá contar con un amplio conocimiento y experiencia de la industria del café y el mercado internacional.

Comercializadora Internacional de Café Orgánico, SA de CV. Es una compañía, que podría tener acceso a líneas de crédito para las operaciones de exportación a través de Bancomext., PYMES lo cual sería de un gran apoyo para financiar el capital de trabajo. Aunado a esto, buenas relaciones comerciales los productores de café, con quienes en algún momento dado se pueden establecer alianzas ó convenios ó sociedades para fortalecer la cadena productiva ó en su caso realizar las operaciones comerciales con Carta de Crédito Irrevocable Confirmada a la vista de los documentos o negociar pagos de contado con un 50% por anticipado y 50% a la entrega del embarque en puerto mexicano, lo cual es una práctica muy usual en el comercio exterior.

CAPÍTULO V.

ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se analizan los aspectos económicos pertinentes al proyecto, primeramente se determinan los costos y gastos necesarios para la creación y funcionamiento de la compañía Comercializadora Internacional de Café Orgánico, S.A. de C.V., los cuales darán como resultado el monto de la inversión inicial requerida.

Una vez obtenidos los costos y gastos, se presupuestan los niveles de ingresos y egresos.

5.1 Cuantificación de inversiones y costos

En este apartado, se reúnen los datos concernientes a los egresos necesarios para la adquisición y acondicionamiento de un lugar de trabajo adecuado a las necesidades del negocio de la naturaleza descrita en este proyecto, cabe mencionar que la inversión a si como los costos y gastos generales que se requieren para el funcionamiento de cada una de las actividades desarrolladas dentro de la empresa.

La inversión es un término con varias acepciones relacionadas con el ahorro y el postergamiento del consumo. En este contexto la inversión es el acto mediante el cual se cambia una satisfacción inmediata y cierta por la que se renuncia, para adquirir a cambio una adecuada compensación y soporte del bien en que se invierte. La inversión se hace con la esperanza de una recompensa en el futuro y se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

Debido a esto, los proyectos de inversión surgen de la necesidad preponderante de satisfacer las crecientes necesidades de la población, los cuales pueden ser privados o sociales, sin embargo cualquiera que sea su enfoque, requerirán de ser evaluados para garantizar la asignación eficiente de los recursos.

Para que la Comercializadora Internacional de Café Orgánico, pueda realizar cada una de las actividades de exportación de café Orgánico necesita contar con algunos equipos y registros, por lo que su inversión inicial requerida está integrada como se muestra en el cuadro 5.1.

Cuadro 5.1 Inversión inicial	
Concepto	Importe
Terrenos y edificios	\$20,000,000.00
Maquinaria y equipo	\$901,356.00
Equipo de transporte	\$1,350,000.00
Equipo de oficina	\$130,589.00
Total	\$22,381,945.00

Fuente: Estimación propia

Ya decretada la inversión inicial se determina la depreciación anual, que consiste en el reconocimiento de gastos originados en el deterioro de los bienes de activo fijo de los distintos equipos adquiridos, que al final del décimo año dicha depreciación representará el valor de salvamento esperado al término del tiempo de vida del proyecto; es decir que será el valor de equipo que se podrá recuperar en caso de su venta, como se muestra en el cuadro 5.2.

Cuadro 5.2 Depreciación anual del equipo							
Concepto	% Dep.	Importe	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de cómputo	25%	\$70,000	\$55,776.89	\$44,621.51	\$35,697.21	\$28,557.77	\$22,846.22
Maquinaria	25%	\$901,356	\$721,085	\$576,867.84	\$461,494.27	\$369,195.42	\$295,356.33
Equipo de transporte	20%	\$1,350,000	\$1,125,000.00	\$937,500.00	\$781,250.00	\$651,041.67	\$542,534.72
Total		\$2,321,356	\$1,901,862	\$1,558,989	\$1,278,441	\$1,048,795	\$860,737

Fuente: Estimación propia

Valor de salvamento: **\$860,737.00**

Por los tanto, en base al cuadro anterior el valor de salvamento para el proyecto será de \$860,737.00 Este dato es utilizado posteriormente en los cálculos necesarios para la evaluación financiera de este estudio.

Una vez identificada la inversión y el valor de salvamento, se procede a cuantificar los costos del producto "Café Orgánico", necesarios para su comercialización, distribución y venta en el mercado internacional.

El control de los costos es de vital importancia para cualquier empresa, ya que estos sirven para determinar tanto el precio de venta como la utilidad que se desea obtener, en este proyecto los costos se cuantifican a partir de la producción y hasta la entrega del producto final al importador en el mundo.

Cuadro 5.3 Costos de producción mensual			
Concepto	C.U. de quintal	Unidades por embarque	Importe total por embarque
Trillado	\$1.87	1867	\$3,491.29
Tostado	\$2.95	1867	\$5,507.65
Transporte a la aduana	\$5.45	1867	\$10,175.15
Exportación Materia prima	\$16.06	1867	\$29,984.02
M.P	\$900	1867	\$1,680,300.00
TOTAL	\$926.33	9335	\$1,729,458.11

Fuente: Estimación propia

Para que una empresa pueda realizar sus operaciones de manera adecuada es necesario determinar sus gastos administrativos y de venta, ya que forman parte de la información financiera de esta, debido a que durante la vida del proyecto dichos gastos forman parte de los egresos de la compañía, entre los cuales destacan:

- Sueldos y Salarios
- Servicios (luz y teléfono)
- Renta de oficina
- Impuesto (Salariales, I.S.R, IVA y retenciones)
- Otros gastos (papelería, gasolina, etcétera)

En resumen, los importes de los gastos mensuales y anuales para este proyecto se reflejan en el cuadro 5.4.

Cuadro 5.4 Gastos de Administración y Venta		
Concepto	Importe mensual	Importe anual
Sueldo	\$40,000.00	\$480,000.00
Luz	\$89,998.94	\$1,079,987.28
Papelería	\$12,346.00	\$148,152.00
Teléfono	\$2,000.00	\$24,000.00
Gastos de viáticos	\$23,000.00	\$276,000.00
TOTAL	\$167,344.94	\$2,008,139.28

Fuente: Estimación propia

5.2 Presupuesto de ingresos y egresos

Los presupuestos son la base de la cuantificación de las operaciones a futuro, teniendo como marco de referencia el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional y el estudio financiero; y su propósito es sistematizar la información concerniente a ingresos y egresos, así como mostrar los resultados de las operaciones realizadas.

Para este proyecto los presupuestos consideran diferentes volúmenes de venta para cada año de vida del proyecto, debido a que la introducción de un nuevo producto no mantiene la misma cantidad demandada, entonces los ingresos presupuestados totales serán de **\$273,881,440.00** (ver cuadro 5.5) y los egresos serán la sumatoria de los gastos de venta y administración más los costos de producción (maquila), como se muestra en el cuadro 5.6.

Cuadro 5.5 Presupuesto de ingresos					
CONCEPTO	Quintal por embarque	No. de embarques	Quintales Anuales	Precio	Ventas Anuales
Ventas Año 1	467	48	22,400.00	\$2,100	\$47,039,552.00
Ventas Año 2	467	48	22,400.00	\$2,273	\$50,908,480.00
Ventas Año 3	467	48	22,400.00	\$2,445	\$54,777,408.00
Ventas Año 4	467	48	22,400.00	\$2,618	\$58,643,424.00
Ventas Año 5	467	48	22,400.00	\$2,829	\$63,373,313.00
Ventas totales	2335	240	112,000.00	\$1,502	\$168,264,320.00

Fuente: Estimación propia

Cuadro 5.6 Presupuesto de egresos						
Gastos de Administración y venta						
Concepto	Importe mensual embarque	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	\$40,000.00	\$480,000.00	\$480,000.00	\$480,000.00	\$480,000.00	\$480,000.00
Luz	\$89,998.94	\$1,079,987.28	\$1,079,987.28	\$1,079,987.28	\$1,079,987.28	\$1,079,987.28
Papelería	\$12,346.00	\$148,152.00	\$148,152.00	\$148,152.00	\$148,152.00	\$148,152.00
Teléfono	\$2,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00
Gastos de viáticos	\$23,000.00	\$276,000.00	\$276,000.00	\$276,000.00	\$276,000.00	\$276,000.00
TOTAL	\$167,344.94	\$2,008,139.28	\$2,008,139.28	\$2,008,139.28	\$2,008,139.28	\$2,008,139.28

Costos de Producción						
Concepto	Importe mensual embarque	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Trillado	\$3,491.29	\$41,895.48	\$41,895.48	\$41,895.48	\$41,895.48	\$41,895.48
Tostado	\$5,507.65	\$66,091.80	\$66,091.80	\$66,091.80	\$66,091.80	\$66,091.80
Transporte	\$10,175.15	\$122,101.80	\$122,101.80	\$122,101.80	\$122,101.80	\$122,101.80
Exportación	\$29,984.02	\$359,808.24	\$359,808.24	\$359,808.24	\$359,808.24	\$359,808.24
Materia prima	\$1,680,300.00	\$20,163,600.00	\$20,163,600.00	\$20,163,600.00	\$20,163,600.00	\$20,163,600.00
TOTAL	\$1,729,458.11	\$20,753,497.32	\$20,753,497.32	\$20,753,497.32	\$20,753,497.32	\$20,753,497.32

TOTAL DE EGRESOS	\$1,896,803.05	\$22,761,636.60	\$22,761,636.60	\$22,761,636.60	\$22,761,636.60	\$22,761,636.60
------------------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Fuente: Estimación propia

Tomando en consideración el presupuesto de ingresos y egresos se procederá con el estudio financiero, iniciando con el análisis del riesgo del proyecto.

En todo proyecto de inversión existe el riesgo, éste es producto de la perplejidad acerca de la veracidad de la información contenida en el estudio, además se deben considerar los riesgos de exportación, que para este proyecto son de suma importancia.

Las empresas exportadoras se enfrentan a una serie de riesgos que pueden ser financieros, técnicos y comerciales, como son:

- Riesgo de cumplimiento de requisitos locales de empaque, presentación y etiqueta,
- Transportación,
- Riesgo de imagen del producto en el extranjero y
- Riesgo político del país a donde exporta.

El Índice Riesgo-País, revela para un momento determinado, el nivel de riesgo de inversión existente en un país emergente que pueda verse impedido de responder a sus compromisos de pago de deuda externa, en capital e intereses, al menos en los términos acordados.

La realidad económica y la teoría financiera, enseñan que cuanto mayor es el riesgo de incobrabilidad de un crédito, mayor es la tasa de interés que se pretende cobrar, siendo ésta no sólo la retribución por el uso del capital ajeno, sino que también incorpora una prima de riesgo que sobre remunera al acreedor para que conceda préstamos.

El riesgo crediticio de su comprador, en cuanto al capital de riesgo es la aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa con el fin de optimizar sus oportunidades de negocio e incrementar su valor, aportando con ello soluciones a los proyectos de negocio, compartiendo el riesgo y los rendimientos donde el inversionista capitalista busca una asociación estrecha y de mediano plazo con los accionistas originales.

El pago en las operaciones internacionales es el riesgo más alto y su nivel está directamente relacionado con los siguientes métodos:

- Pago anticipado / contado
- Cuenta abierta
- Órdenes de pago
- Carta de Crédito

Por lo tanto, para minimizar el riesgo a su nivel más bajo se deberá acordar el pago mediante la Carta de crédito irrevocable confirmada que quiere decir, que se deriva de operaciones comerciales previamente acordadas entre compradores y vendedores con la mediación de un banco emisor y un banco notificado-confirmador. Una vez que las partes han definido las características técnicas de la operación, firman un contrato de compra-venta o levantan un pedido o una orden de compra, en donde claramente se estipula que la forma de pago se realizará mediante una Carta de Crédito irrevocable, pagadera contra documentos de embarque.

El riesgo del proyecto queda determinado por un análisis de tipo multicriterio ponderando los elementos que componen el proyecto como lo son los estudios de pertinencia, mercado, técnico y financiero, por el nivel de confianza que se da a cada estudio, además de considerar el riesgo que implica ser empresa exportadora como es el riesgo de cumplimiento de requisitos locales de empaque, de presentación y etiqueta, riesgo de transportación, riesgo de imagen del producto en el extranjero y riesgo político del país a donde exporta.

5.3 Determinación del riesgo del proyecto

La TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), es un premio al riesgo de la empresa, este premio se calcula de manera personal, en el caso de la Comercializadora Internacional de Café Orgánico, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos y sus valores cuantitativos para determinar la TMAR.

Cuadro 5.7 Calculo del riesgo			
Concepto	Riesgo	Índice de confianza	% de confianza
Estudio de pertinencia	10%	80%	8%
Estudio de mercado	25%	70%	17.50%
Estudio técnico	20%	70%	14%
Estudio financiero	15%	60%	9%
Estudio económico	30%	95%	28.50%
Confianza			77%
Riesgo			23%

Fuente: Estimación propia

5.4 Punto de equilibrio

La importancia del estudio del punto de equilibrio de una empresa se basa en que es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un aumento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

Para la determinación del punto de equilibrio en primer lugar se deben conocer los costos fijos y variables de la empresa; entendiéndose por costos variables aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas y por costos fijos, aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante

Con la ayuda de la siguiente fórmula se determinarán el punto de equilibrio:

$$V = \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Unidades producidas}}$$

$$V = \frac{\$103767486.60}{112000}$$

$$V = \$926.49$$

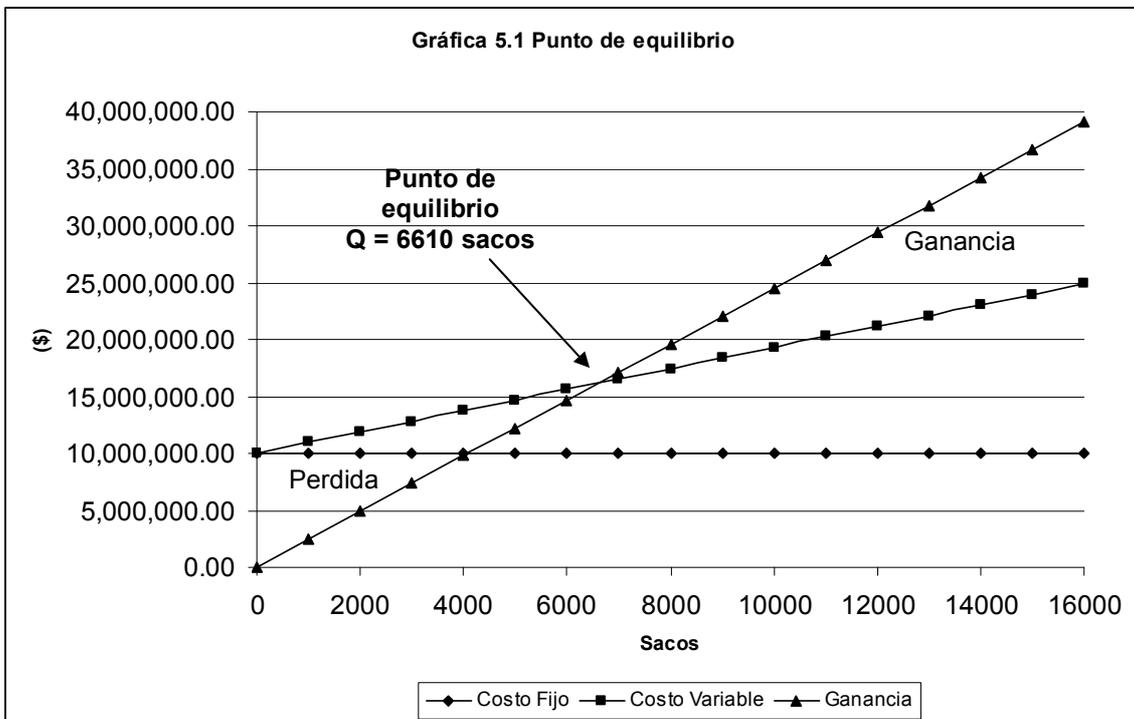
Q	Punto de Equilibrio	?
F	Costo Fijo	\$10,040,696.40

P	Precio Unitario	\$2446 /saco
V	Costo Variable unitario	\$926.49 /saco
VA	Ventas al año	112,000 sacos

$$Q = \frac{F}{P - V}$$

$$Q = \frac{\$10040696.40}{\$2446/\text{saco} - \$927/\text{saco}}$$

$$Q = 6610 \text{ sacos}$$



Fuente: Estimación propia

El punto de equilibrio se logra al vender 6610 sacos o quintales de café orgánico, donde, los costos y las ganancias son iguales a cero, esta cantidad de sacos se vende en el primer año.

5.5 Cronograma de inversiones

El siguiente cuadro demuestra en tiempos, cuando se realizaran las inversiones

Tabla 5.20 Cronograma de inversiones																															
Mes	Octubre																														
Concepto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Costo de investigación de mercado	■	■	■	■	■	■	■																								
Costo de análisis de presupuestos d equipo y mobiliario								■	■	■	■	■	■	■																	
Contratos de luz, agua y telefono															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Mes	Noviembre																														
Concepto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Costo del equipo y mobiliario	■	■	■	■	■	■	■																								
Costo de instalación eléctrica								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Permisos y Patentes																															
Mes	Diciembre																														
Concepto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Instalación	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Monto de compra de materia prima																															
Costo de distribución de Materia Prima																															
Costo de puesta en marcha																															

Fuente: Estimación Propia

5.6 Conclusiones del capítulo V

En cada proyecto de inversión deben estudiarse a fondo los diversos gastos, costos y posibles utilidades que pueden generarse pues es en este capítulo en donde se percibe el potencial económico del mismo.

Tras haber estudiado a fondo las actividades de la empresa, las necesidades técnicas, requerimientos administrativos y necesidades monetarias se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Se necesita una inversión inicial de \$22,381,945.00 para cubrir todos los gastos necesarios correspondientes al funcionamiento de las actividades de exportación de la empresa, tales como equipo de transporte, oficina y cómputo además de gastos pre-operativos como permisos y registros.
2. El riesgo calculado para el presente proyecto es de 23% tomando en cuenta la confianza de los datos obtenidos a lo largo de esta investigación, además de considerar diversos riesgos en que la compañía puede incurrir debido a que es un proyecto de exportación.
3. El punto de equilibrio estimado es de 6,610 quintales vendidas, lo que significa una rápida obtención de utilidades.

CAPÍTULO VI.

ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio económico es la parte medular de todo proyecto de inversión, pues es en este capítulo donde se determina si la asignación de recursos es rentable o no. Para determinar la rentabilidad del proyecto es necesario calcular los valores de la Tasa de Rendimiento Esperada Mínima Aceptable (TREMA), el Valor Actual Neto (VAN), y la Tasa interna de retorno (TIR).

Además conviene elaborar un análisis de sensibilidad para conocer los distintos escenarios en los que el proyecto de inversión continúa siendo rentable y en el que deja de serlo. Con ayuda de este análisis es posible mostrar cómo la rentabilidad del proyecto se modifica cuando se asignan diferentes valores a las variables necesarias para el cálculo, tales como: precios de venta, costos unitarios, volumen de ventas, etcétera.

6.1 Cálculo de la rentabilidad del proyecto

Es cierto que el nivel de riesgo, ésta asociado al nivel de rentabilidad, esto se basa en la administración del capital de trabajo, en el punto que la rentabilidad es calculada por utilidades después de gastos frente al riesgo que es determinado por la insolvencia que posiblemente tenga la empresa para pagar sus obligaciones.

Un concepto que toma fuerza en estos momentos es la forma de obtener y acrecentar las utilidades, y por fundamentación teórica se sabe que para obtener un aumento de éstas hay dos formas esenciales de lograrlo; la primera es aumentar los ingresos por medio de las ventas, y en segundo lugar disminuyendo los costos pagando menos por las materias primas, salarios, o servicios que se le presten. Este postulado se hace indispensable para comprender cómo la relación entre la rentabilidad y el riesgo se unen con la de una eficaz dirección y ejecución del capital de trabajo.

Para obtener la rentabilidad de un proyecto y realizar un buen estudio económico es necesario calcular los siguientes indicadores y análisis:

- Determinación de la TREMA
- Determinación del VAN
- Determinación de la TIR
- Análisis de sensibilidad

6.2 Determinación de la TREMA (Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable)

Cuando la inversión se efectúa en una empresa privada, la determinación se simplifica, pues la TREMA para evaluar cualquier tipo de inversión dentro de la empresa, será la misma y además ya debe estar dada por la dirección general o por los propietarios de la empresa. Su valor siempre estará basado en el riesgo que corra la empresa en forma cotidiana en sus actividades productivas y mercantiles.

Algunas desventajas de este análisis es que la estimación de la TREMA se realiza de manera intuitiva con criterio de experto y basándose en el conocimiento del entorno económico y que el resultado es sumamente sensible a la TREMA utilizada. Esto quiere decir que se puede descartar un buen proyecto debido a una exigencia desmedida, ya que entre mayor sea la TREMA que se exija al proyecto, menor será el valor monetario del Valor Actual Neto (VAN) y viceversa.

Por lo tanto, la fórmula para calcular esta tasa es:

$$\text{TREMA} = r + R + g'$$

Donde:

- El primer concepto, la tasa del costo de oportunidad del dinero (r) es una variable que será determinada principalmente en base a las tasas generalizadas en la economía que se identifica con la tasa de interés del mercado. En el caso del presente estudio se toma el valor de la tasa de interés interbancaria de equilibrio (TIIE) en julio del 2009 que es de 7.925%, redondeado la tasa del costo de oportunidad del dinero la tasa aplicable a este proyecto será del 8%.
- El segundo concepto de la ecuación es el riesgo (R). El riesgo del proyecto queda determinado por un análisis de tipo multicriterio ponderando los elementos que componen el proyecto como lo es el estudio de pertinencia, mercado, técnico y financiero, por el nivel de confianza que se da a cada estudio, además de considerar el riesgo que implica ser empresa exportadora como es el riesgo de cumplimiento de requisitos locales de empaque, de presentación y etiqueta, riesgo de transportación, riesgo de imagen del producto en el extranjero y riesgo político del país a dónde se exporta, como se mencionó en el capítulo anterior, por lo tanto el riesgo total del proyecto es del 27%.
- El tercer concepto de la ecuación del cálculo de la TREMA es la ganancia real exigida por los inversionistas. Para el análisis del presente proyecto se determina una tasa de

ganancia del 150%, que se considera conservadora, debido a que es un nuevo producto en el mercado, pero sobre todo a que es un proyecto de comercialización, en donde la rentabilidad es grande.

Cuadro 6.1 TREMA	
Concepto	Valor (%)
r	6%
R	27%
g'	125%
TREMA	158%

Fuente: Estimación propia

La TREMA calculada para el proyecto será de 185 %.

6.3 Determinación del VAN (Valor Actual Neto)

El método del valor actual neto o valor presente neto, es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de un proyecto de inversión, ya que es de muy fácil aplicación y porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a pesos de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos.

El VAN, consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los ingresos menos los egresos (o flujos netos de efectivo, FNE) para cada año, actualizados a una tasa de interés predeterminada y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces es recomendable que el proyecto sea aceptado.

Por lo tanto, los criterios de decisión son los siguientes:

Si el VAN > o igual a 0 el proyecto se acepta

Si el VAN < 0 el proyecto se rechaza

Los datos necesarios para calcular el VPN, son los siguientes:

Se considera una inversión inicial de: \$ 15,000,000.00

Valor de Salvamento: \$ 860,737.00

$i = \text{TREMA} = 158\% = 1.58$

Cuadro 6.2 Calculo de VPN y TIR								
Tasa: 158%		Corrientes			Flujo Neto Corriente	Valor Actual		
Factor	Año	Inversión	Costos	Ingresos		Costos	Ingresos	VAN
1	0	15,000,000.00			-15,000,000.00	15,000,000.00		-
0.3876	1		20,753,497.32	47,039,552.00	26,286,054.68	8,043,991.21	18,232,384.50	10,188,393.29
0.1502	2		20,753,497.32	50,908,480.00	30,154,982.68	3,117,826.05	7,648,050.00	4,530,223.95
0.0582	3		20,753,497.32	54,777,408.00	34,023,910.68	1,208,459.71	3,189,645.08	1,981,185.37
0.0226	4		20,753,497.32	58,643,424.00	37,889,926.68	468,395.24	1,323,550.44	855,155.20
0.0087	5		20,753,497.32	63,373,313.00	42,619,815.68	181,548.54	554,380.42	372,831.88
		15,000,000.00	103,767,486.60	274,742,177.00	170,974,690.40	28,020,220.75	30,948,010.42	2,927,789.68
							TIR	187%

Fuente: Estimación propia

$$VPN = \$2,927,789.68$$

El VPN es de **\$2,927,789.68**, lo que implica que es mayor a 0, por lo que puede decirse que el proyecto es viable y debe aceptarse.

6.4 Determinación de la TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado y está definida como la tasa de interés que reduce a cero el VAN. En términos económicos la tasa interna de retorno representa la rentabilidad exacta del proyecto.

Este método consiste en encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. Por lo que se puede decir que, la Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. Esta herramienta es de gran utilidad para la toma de decisiones financiera dentro de las organizaciones.

$$VPN = 0 = -Inv. + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_4 + VS}{(1+i)^5}$$

$$TIR = 187\%$$

Considerando que la TIR es del 187% y la TMAR del 158%, la TIR, por lo que se concluye que el proyecto debe de aceptarse.

6.5 Análisis de sensibilidad

Con ayuda del análisis de sensibilidad es posible mostrar cómo la rentabilidad del proyecto se modifica cuando se asignan diferentes valores a las variables necesarias para el cómputo (precios de venta, costos unitarios, volumen de ventas). El análisis de sensibilidad se usa con frecuencia cuando se considera posible introducir mejoras cambiando algunas de las variables, aún cuando el empleo de los métodos de evaluación actualizados ya descritos no indiquen una rentabilidad satisfactoria.

En un proyecto individual, la sensibilidad debe hacerse con respecto al parámetro más incierto; por ejemplo, si se tiene una incertidumbre con respecto al precio de venta del artículo que se proyecta fabricar, es importante determinar qué tan sensible es la Tasa Interna de Retorno (TIR) o el Valor Presente Neto (VPN) con respecto al precio de venta. Si se tienen dos o más alternativas, es importante determinar las condiciones en que una alternativa es mejor que otra.

Con el propósito de evaluar el efecto sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto cuando se presenta una variación en las principales variables; se analiza el siguiente escenario:

6.5.1 Aumento de Materia Prima

Suponiendo que por cuestiones climatológicas, el costo del café orgánico y la materia prima necesaria para elaborar el producto, aumenta en un 20 %, con respecto a los 900 pesos que costaba anteriormente, ahora costará \$1080.00 pesos.

Cuadro 6.3 Costo de producción mensual			
Concepto	CU. Por Saco	Unidades por embarque	Total por embarque
Trillado	\$1.87	1867	\$3,491.29
Tostado	\$2.95	1867	\$5,507.65
Transporte	\$5.45	1867	\$10,175.15
Exportación	\$16.06	1867	\$29,984.02
Materia Prima	\$1,080.00	1867	\$2,016,360.00
TOTAL	\$926.33	9335	\$2,065,518.11

Fuente: Estimación propia

El siguiente cuadro muestra una comparación de los ingresos y de los egresos, con el cual se determinarán la TIR y VPN, para saber si a pesar de que la materia prima aumento, aun es rentable el proyecto.

Total de egresos	Total de ingresos
\$27,384,253.92	\$47,039,552.00
\$27,384,253.92	\$50,908,480.00
\$27,384,253.92	\$54,777,408.00
\$27,384,253.92	\$58,643,424.00
\$27,384,253.92	\$63,373,313.00

Fuente: Estimación propia

Calculo de VPN y TIR: Aumento de Materia Prima

Tasa: 158%		Corrientes			Flujo Neto Corriente	Valor Actual		
Factor	Año	Inversión	Costos	Ingresos		Costos	Ingresos	VAN
1	0	15,000,000.00			-15,000,000.00	15,000,000.00		15,000,000.00
0.3876	1		27,384,253.92	47,039,552.00	19,655,298.08	10,614,051.91	18,232,384.50	7,618,332.59
0.1502	2		27,384,253.92	50,908,480.00	23,524,226.08	4,113,973.61	7,648,050.00	3,534,076.39
0.0582	3		27,384,253.92	54,777,408.00	27,393,154.08	1,594,563.41	3,189,645.08	1,595,081.66
0.0226	4		27,384,253.92	58,643,424.00	31,259,170.08	618,047.83	1,323,550.44	705,502.60
0.0087	5		27,384,253.92	63,373,313.00	35,989,059.08	239,553.42	554,380.42	314,826.99
		15,000,000.00	136,921,269.60	274,742,177.00	137,820,907.40	32,180,190.19	30,948,010.42	-1,232,179.76
							TIR	146%

Fuente: Estimación propia

Como se observa en el cuadro anterior, el VPN es de \$-1,232,179.76 y el TIR es de 146, debido a que el VPN es negativo y el TIR < TMAR, el proyecto deja de ser rentable.

6.5.2 Disminuyen las ventas

En caso de que el mercado disminuya y las ventas caigan en un 15 % al año, sucede lo siguiente:

Cuadro 6.6 Presupuesto de ingresos					
CONCEPTO	Quintal por embarque	No. de embarques	Quintales Anuales	Precio	Ventas Anuales
Ventas Año 1	467	48	19,040	\$2,100	\$39,984,000.00
Ventas Año 2	467	48	19,040	\$2,273	\$43,277,920.00
Ventas Año 3	467	48	19,040	\$2,445	\$46,552,800.00
Ventas Año 4	467	48	19,040	\$2,618	\$49,846,720.00
Ventas Año 5	467	48	19,040	\$2,829	\$53,864,160.00
Ventas totales	2335	240	95,200.00	\$2,445	\$232,764,000.00

Fuente: Estimación propia

El siguiente cuadro presenta el escenario de la disminución de ventas, por lo tanto disminuyen los ingresos con respecto al primer escenario.

Cuadro 6.7 Cuadro de ingresos y egresos	
Total de egresos	Total de ingresos
20,753,497.32	\$39,984,000.00
20,753,497.32	\$43,277,920.00
20,753,497.32	\$46,552,800.00
20,753,497.32	\$49,846,720.00
20,753,497.32	\$53,864,160.00

Fuente: Estimación propia

Cuadro 6.8 Calculo de VPN y TIR								
Tasa: 158%		Corrientes			Flujo Neto Corriente	Valor Actual		
Factor	Año	Inversión	Costos	Ingresos		Costos	Ingresos	VAN
1	0	15,000,000.00			-15,000,000.00	15,000,000.00		15,000,000.00
0.3876	1		20,753,497.32	\$39,984,000.00	19,230,502.68	8,043,991.21	15,497,674.42	7,453,683.21
0.1502	2		20,753,497.32	\$43,277,920.00	22,524,422.68	3,117,826.05	6,501,700.62	3,383,874.57
0.0582	3		20,753,497.32	\$46,552,800.00	25,799,302.68	1,208,459.71	2,710,732.67	1,502,272.96
0.0226	4		20,753,497.32	\$49,846,720.00	29,093,222.68	468,395.24	1,125,013.57	656,618.34
0.0087	5		20,753,497.32	\$53,864,160.00	33,110,662.68	181,548.54	471,195.75	289,647.21
		15,000,000.00	103,767,486.60	233,525,600.00	129,758,113.40	28,020,220.75	26,306,317.03	-1,713,903.72
							TIR	141%

Fuente: Estimación propia

Como se observa, en este cuadro, el VPN es menor a 0 y la $TIR < TREMA$, lo que indica que si las ventas disminuyen, el proyecto deja de ser rentable.

6.6 Conclusiones del capítulo VI

Con este estudio económico, donde se estudian criterios tales como el VPN, la TIR y la TREMA, donde según los datos iniciales, el VPN es mayor a cero, y la $TIR > TREMA$, el proyecto es rentable.

Sin embargo se puede decir que se debe de tener mucho cuidado con los cambios en el mercado y en la materia prima, ya que con los escenarios propuestos en el proyecto, el VPN será mucho menor a cero y la $TIR > TREMA$, lo que indica que el proyecto deja de ser rentable.

Teniendo en cuenta que la inversión inicial calculada en el proyecto anterior es muy alta, para el caso de estudio sólo se determina una inversión de \$ 15,000,000.00

El porcentaje de ganancia que se le ofrece al inversionista es del 125 %, lo cual indica que es una tasa muy conservadora, según los expertos que señalan que los proyectos de exportación y comercialización como es el caso del presente proyecto, tiene una tasa de ganancia más elevada..

La TREMA total considerada para el proyecto, será del 158 %, considerando que está compuesta del 125% ofrecido para el inversionista, 27 % considerando el premio al riesgo y el 6 % de impuesto.

CONCLUSIONES

Por los conocimientos adquiridos durante el seminario, las investigaciones y estudios realizados desde el punto de vista de la pertinencia, estudios de mercado, técnico, financiero y la evaluación económica, se concluye que el proyecto de la evaluación económica de la creación de una Comercializadora Internacional de Café Orgánico, es viable por las siguientes razones:

Para poder realizar y presentar el proyecto de investigación para determinar si la Comercializadora internacional de Café Orgánico, es rentable se utilizaron diferentes métodos de investigación y desarrollo, tales como la investigación exploratoria, descriptiva, explicativa, correlacional y documental, así como diferentes cálculos para demostrar la hipótesis.

Teniendo en cuenta el estudio de pertinencia, a través de la historia, el café ha sido muy controversial, ha sido calificado de bueno y malo, esto provocó que se difundiera su consumo en la población mundial, posteriormente se verificó que el café no solo, no era malo en la sociedad, sino que se le atribuyeron propiedades curativas y de relajación, provocando así, la aceptación del público en general, al pasar de los años, el café mexicano, refiriéndose en específico al café chiapaneco, ha adquirido gran auge debido a la calidad y riqueza en propiedades que este presenta, tanto así, que el café orgánico chiapaneco, se está abriendo un amplio camino en el mercado europeo, en este mismo estudio se presenta la posibilidad de la creación dedicada a la exportación del café, presentando también las normas reglamentarias para la creación y operación de la misma.

De acuerdo con el estudio de mercado, el café orgánico es uno de los principales productos consumidos en la Unión Europea, esto se sustenta con los datos proporcionados por la CEPCO, la cual menciona que en promedio en los años de 1981 al 2000, indica un consumo de 1500 quintales o sacos al año, si cada saco contiene aproximadamente 60 kg. se consumieron alrededor de 90,00 kg. de café orgánico, es necesario detallar que estos datos históricos de consumo, son del café orgánico, mexicano, ya que el mercado de la unión europea consume café proveniente de diferentes lugares de América, sin embargo el más buscado y consumido es, como se menciona anteriormente, el café chiapaneco. Hablando de datos históricos, la CEPCO, describe que México produjo alrededor de 1000 sacos al año, por lo que puede notarse que en definitiva existe una oportunidad en el mercado para la Comercializadora Internacional de Café Orgánico. Por último, haciendo un análisis de precios, se observa que el precio de venta del café es muy volátil y no se

tiene algo seguro, sin embargo para efectos del proyecto, se determina un precio de venta de aproximadamente 2500 pesos por saco.

El proceso que se tomará en cuenta para la producción y transformación del café orgánico, es la siguiente: trillado, tostado y empaquetado, es necesario tener en cuenta que debido a que el café chiapaneco será la principal materia prima, es necesario poner la planta productora en el Estado de Chiapas, y se necesita un tráiler para transportar el producto final hacia Veracruz, ya que en este lugar se encuentra la Aduana para poder transportar legalmente y de la manera conveniente hacia la Unión Europea, también en este capítulo se proporcionaron algunos datos que la empresa cumplirá al pie de la letra para que no existan problemas para la exportación adecuada y la conservación del producto, tales como el uso de tarimas para la estibación del producto, tipo de cajones cerrados con refrigeración adecuada para tener el café en buenas condiciones y por último en los anexos, se proporcionan los documentos que PROMEXICO requiere para el apoyo a la empresa y las exportaciones.

El estudio financiero de este proyecto, determina que la inversión inicial será de aproximadamente de \$22,381,945.00 pesos, sin embargo, para efectos de cálculos, solo se tomará en cuenta \$15,000,000.00, los costos de producción ascienden a un total de \$2,008,139.28 anualmente aproximadamente, estos costos incluyen los costos de administración, producción y venta. Por último, haciendo una estimación de las ventas, aproximadamente los ingresos de la empresa al año serán de \$50,908,480.00, estos ingresos se obtienen al vender 22,400 sacos de café, El punto de equilibrio, que es cuando las ganancias y los costos son iguales, se lograra al vender 6610 sacos y/o quintales, lo cual se logra en el quinto mes. El riesgo calculado para el proyecto es de un 23 %. Por último, de acuerdo a las depreciaciones, se obtiene un Valor de Salvamento de \$860,737.00.

El estudio económico determina lo siguiente:

- Para la TREMA del proyecto del 158%, que está conformado de los siguientes aspectos:
 - R: o riesgo, calculado en el estudio financiero que será de 27%
 - r o impuesto que será en este caso del 6 %
 - g': ganancia para el inversionista en este caso del 125%

- El VPN calculado con los dato iniciales es de \$2,927,789.68, que es mayor a 0, lo que indica que el proyecto es rentable.
- La TIR calculada es de 187 %, y la TREMA es de 158, lo que indica que $TIR > TREMA$, otro factor importante que indica que el proyecto es rentable y debe de aceptarse.

Es importante también destacar que este proyecto es muy sensible, ya que al proponer 2 escenarios distintos, donde la materia prima aumenta en un 20 % y/o las ventas disminuyen 15 %, tanto el VPN y la TIR indican que el proyecto dejará de ser rentable, por lo que es de vital importancia revisar y tener en cuenta los distintos factores que pueden cambiar al transcurso del tiempo, tal es el caso de la materia prima, el costo del transporte, disminución de ventas, cambio

En el plano personal, además de la conclusión teórica debe agregarse que los integrantes del equipo adquirieron los conocimientos y experiencias necesarias para evaluar proyectos de inversión, además de aprender a trabajar en equipo y a su vez transmitir sus conocimientos de cada una de las disciplinas de los compañeros, que permitieron que este trabajo se desarrollara de la mejor manera, para cumplir con los objetivos planteados al inicio del seminario de titulación.

Recomendaciones: Se recomienda poner la empresa en marcha, ya que además de adquirir ganancias, a partir de la exportación de un producto, que no daña a la naturaleza, los lazos económicos y sociales con la Unión Europea, se fortalecerán aumentando un intercambio de conocimientos, cultura y economía.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, Gabriel, Formulación y Evaluación de Proyectos, Edit. Mc Graw Hill, México 2001.
- Sapag Chain, Nassir. Evaluación de Proyectos Guía de Ejercicios. Edit. Mc Graw Hill Education. Chile 2004
- García Mendoza, Alberto. Evaluación de Proyectos de Inversión. Edit. Mc Graw Hill Education. México 1998. Segunda Edición.
- Cerda Gutiérrez, Hugo. Como Elaborar Proyectos, Diseño, Ejecución y Evaluación de Proyectos. Cooperativa Editorial Magisterio. Colombia 2001.
- Drucker, Peter. Comisión Económica para América Latina. Edit. Sudamericana. Argentina 2006
- Ochoa Setter, Guadalupe. Administración financiera. Edit. Mc Graw Hill. México 2007.
- Ortiz Uribe Frida Gisela y García María del Pilar. Metodología de la Investigación. El proceso y sus etapas. Edit. Limusa, México 2000.
- Gómez García, Joas. Formulación y evaluación de proyectos. Editorial Spanta. México 1999.
- Gómez García, Joas. Redacción de tesis. Editorial Spanta. México 1998.
- Ibáñez Brambilla, Berenice. Manual para la elaboración de tesis. Editorial Trillas. México 2000
- Zorrilla Arena, Santiago. Guía para elaborar la tesis. Editorial Mc Graw Hill. 2ª edición. México 1992.

Referencias de Internet

- Polilibro de evaluación de proyectos, www.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P_terminados/FormEvaProy/polilibro/home.html, febrero 2009.
- Métodos de Evaluación financiera en Evaluación de Proyectos, www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml, marzo 2009.
- Evaluación de Proyectos, http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_proyectos, marzo 2009
- Certificaciones del café orgánico, <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspdocnum=597297#267,3,MISION>, marzo 2009
- Comercialización de granos orgánicos, www.imageapropecuaria.com, febrero 2009
- Producción Nacional de café orgánico, <http://w4.siap.gob.mx/sispro/portales/agricolas/cafe/Descripcion.pdf>, febrero 2009
- Certificación de café orgánico, www.catie.ac.cr/BancoMedios/Documentos%20PDF/certific.pdf, marzo 2009
- Comercializadores de café orgánico, www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc_requisitos_de_inscripcion, febrero 2009
- Video de Producción de café orgánico, www.youtube.com/watch?v=9Vq2kFJNlik&eurl=http://organicoop.blogspot.com, febrero 2009
- Producción de café orgánico a nivel mundial, www.cafetera-express.com/Produccion_de_Cafe.html, marzo 2009
- Consumo de café orgánico en México, http://organicoop.blogspot.com/2008/02/caf-de-mexico_24.html, febrero 2009

- Producción de café orgánico en Chiapas, www.editum.org/Autentico-Cafe-Organico-Cafe-De-Chiapas-Mexico-p-118.html, febrero 2009
- Promoción de productos orgánicos de México a mercados internacionales, www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/639/2/BP_0926_es.htm, Coordinación de Comunicación e Imagen. ProMéxico. prensa@promexico.gob.mx, marzo 2009
- Definición de café orgánico, <http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>, marzo 2009.
- El café en México: www.cafeimperial.com/historia_esp.php abril 2009.
- Historia del café. www.cafesdemexico.com/historia.htm, abril 2009.
- Definición de estudio de mercado. www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml. mayo 2009
- Demanda y Oferta del Café Orgánico: www.cedeco.or.cr/documentos/Tendencias%20del%20mercado.pdf. abril 2009
- Consumo de café orgánico en Europa. www.manualdelombricultura.com/foro/mensajes/15636.html. mayo 2009.
- Producción y exportación de café orgánico: www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf. mayo 2009.
- Estadística producción y exportación en México. www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf. mayo 2009
- Datos históricos de la demanda mundial del café. www.ico.org/asp/select2.asp. mayo 2009.
- Situación actual de café orgánico: www.cepc.org.mx/analisis.htm. mayo 2009.
- Regresión lineal. www.zweigmedia.com/MundoReal/calctopic1/regression.html. julio 2009
- Definición económica de mano de obra. www.monografias.com/trabajos5/cosind/cosind.shtml#ana. junio 2009.

- Definiciones básicas. <http://rae2.es/proveedor>. junio 2009.
- Competencia en el mercado. http://es.wikipedia.org/wiki/Ventaja_competitiva. junio 2009
- Estudio técnico. www.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf. junio 2009
- Definición de estudio financiero. www.eumed.net/libros/2006c/210/1r.htm. junio 2009
- Depreciaciones e inversiones:
www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guia=100&giro=10&ins=701. julio 2009
- Transporte marino. www.cargainfo.com/tipos_de_barco.htm. julio 2009
- SAGARPA, www.sagarpa.gob.mx, abril 2009
- Certificación del café mexicano
www.catie.ac.cr/BancoMedios/Documentos%20PDF/certific.pdf, mayo 2009.
- El café en México, <http://w4.siap.gob.mx/sispro/portales/agricolas/cafe/Descripcion.pdf>, mayo 2009
- Exportación de productos orgánicos,
www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc_requisitos_de_inscripcion, abril 2009.
- Café orgánico,
www.youtube.com/watch?v=9Vq2kFJNlik&eurl=http://organicoop.blogspot.com, abril 2009.
- Convención internacional de café, www.eluniversal.com.mx/notas/369449.html, julio 2009.
- Definiciones del café, <http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>, marzo 2009.
- Exportación del café,
www.promexico.gob.mx/work/sites/Promexico/resources/LocalContent/639/2/BP_0926_es.

htm, Coordinación de Comunicación e Imagen. ProMéxico. prensa@promexico.gob.mx, julio 2009.

- El café mexicano, www.cafetera-express.com/Produccion_de_Cafe.html, abril 2009.
- LA competencia del café, http://organicoop.blogspot.com/2008/02/caf-de-mxico_24.html, abril 2009
- El café en el mundo global, www.editum.org/Autentico-Cafe-Organico-Cafe-De-Chiapas-Mexico-p-118.html, mayo 2009.
- Aduana en Veracruz, www.oem.com.mx/diariodexalapa/notas/n595722.htm, julio 2009
- Condiciones climáticas.
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/chis/territorio/clima.aspx?tema=me&e=07>. julio 2009.
- Condiciones climáticas de guerrero,
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gro/territorio/clima.aspx?tema=me&e=12>, julio 2009.
- Características del estado de Veracruz, <http://banderas.com.mx/veracruz.htm>, julio 2009.
- Infraestructura en Chiapas, www.mundochiapas.com/infraestructura-en-chiapas.php, julio 2009.
- Infraestructura Oaxaca, www.sct.gob.mx/nc/despliega-noticias/article/comunicado-de-prensa-no-275-impulso-a-la-modernizacion-de-la-infraestructura-carretera-de-oaxaca/?type=98&tx_ttnews%5BbackPid%5D=32&cHash=b0c3651aa1, julio 2009.
- Infraestructura en Guerrero. www.sct.gob.mx/despliega-noticias/browse/46/article/comunicado-de-prensa-no-268-impulso-a-la-infraestructura-carretera-de-guerrero/?type=98&tx_ttnews%5BbackPid%5D=1&cHash=b2eabe3d6f. julio 2009.
- Industria cafetalera en Chiapas, [//www.informador.com.mx/mexico/2008/56487/6/reportan-aumento-en-la-produccion-de-cafe-organico-chiapaneco.htm](http://www.informador.com.mx/mexico/2008/56487/6/reportan-aumento-en-la-produccion-de-cafe-organico-chiapaneco.htm), julio 2009.

- Calidad del café orgánico,
74.125.47.132/search?q=cache:GrrfeigETb8J:www.cofemermir.gob.mx/uploadtests/8810.66.59.13.Sintesis%2520ejecutiva%2520del%2520cafe.pdf+calidad+del+cafe+organico+chia paneco&cd=17&hl=es&ct=clnk&gl=mx, julio 2009.
- Producción oaxaqueña de café orgánico, <http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:-zE6NvRjkiEJ:w4.siap.gob.mx/sispro/portales/agricolas/cafe/Descripcion.pdf+cuanto+caf%C3%A9+organico+produce+oaxaca&hl=es&gl=mx>, julio 2009.
- La industria en el estado de guerrero,
www.elbalero.gob.mx/explora/html/guerrero/economia.html, julio 2009.
- Producción nacional de café orgánico,
http://vinculando.org/organicos/directorio_de_agricultores_organicos_en_mexico/agricultores_organicos_en_guerrero_2005.html, julio 2009

ANEXO A

CRITERIOS DE UBICACIÓN DE PLANTA

Los criterios que se toman en cuenta para la macrolocalización de planta son las aduanas, el clima y la infraestructura, de cada uno de los estados propuestos para la instalación de la planta. Estos estados son: Veracruz, Chiapas Oaxaca y Guerrero.

El siguiente cuadro (Ver cuadro A.1) expone algunas características de cada criterio de acuerdo con cada uno de los estados, posteriormente y de acuerdo al enfoque de los integrantes del equipo y conveniencia del proyecto, se dará una calificación ponderada en porcentaje a cada uno de los criterios, el estado y ubicación que presente una sumatoria mayor de porcentajes será el mejor lugar para la ubicación de la planta (Procedimiento realizado en el Capítulo 4).

Cuadro A. Detalles para macrolocalización				
Criterio	Veracruz	Chiapas	Oaxaca	Guerrero
Aduana	<ul style="list-style-type: none"> La Aduana es una de las más tecnificadas y seguras del país Aduana más cercana para exportar productos a la Unión europea. 	<ul style="list-style-type: none"> Es la aduana más cercana para las exportaciones al extranjero, sin embargo, no es la más cercana a la UE. 	<ul style="list-style-type: none"> Es un estado vecino de Chiapas, sin embargo también queda muy alejado de la UE. 	<ul style="list-style-type: none"> Es un estado vecino de Chiapas, sin embargo también queda muy alejado de la UE.
Clima	<ul style="list-style-type: none"> El clima de Veracruz varía drásticamente. Cuenta con zonas cálidas húmedas y durante todo año los picos de sus montañas están nevados. Sin embargo, la mayoría del territorio se encuentra en la zona tropical, de manera que durante el verano su clima es cálido húmedo y su temperatura anual promedio es de 25°C 	<ul style="list-style-type: none"> Más de la mitad del territorio, presenta clima Cálido húmedo, el 40% clima Cálido subhúmedo, el 3% Templado húmedo y el 3% restante tiene clima Templado subhúmedo. Favorece el cultivo de café, sandía, arroz, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Verano e invierno generalmente son templados 	<ul style="list-style-type: none"> El 82% de del estado, presenta clima cálido subhúmedo, el 9% es seco y semiseco, el 5% templado subhúmedo, el 3% cálido húmedo y el 1% es templado húmedo.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> El sistema carretero está interconectado en forma adecuada y eficiente con los sistemas de transporte aéreo, ferroviario y portuario; la red carretera del Estado tiene una longitud de 16,038.8 km., de la cual 5,392 km., son pavimentados, 5,114.1 km. es red revestida, y el resto, 5,532.7 km. corresponden a: PEMEX, 1,545.3 km., SAGAR 321.4 km., 79.6 km. a C.F.E. y 3,586.4 a los municipios. La carga promedio anual operada por este medio alcanza los 34 millones de toneladas. 	<ul style="list-style-type: none"> Con el apoyo decidido de la federación, se invirtieron en el sector 3,344.4 millones de pesos (mdp), de los cuales 3,129.9 mdp se orientaron a la construcción, modernización, reconstrucción y conservación de la infraestructura carretera, aeroportuaria y portuaria; 2.7 mdp a comunicaciones y apoyo tecnológico; 4.1 mdp a la operatividad del transporte; 15.8 mdp para el mantenimiento preventivo y correctivo del parque de maquinaria pesada y vehículos; y 191.8 mdp para apoyo logístico. 	<ul style="list-style-type: none"> Para apoyar el desarrollo de Oaxaca con mejores carreteras que permitan integrar a las zonas productivas y turísticas, así como a diversas comunidades del estado al bienestar general del país, en los dos años primeros años de la presente administración, el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), impulsó la construcción y modernización de la infraestructura vial en la entidad 	<ul style="list-style-type: none"> Como parte de las acciones para promover el desarrollo en Guerrero, en los últimos dos años el Gobierno Federal destinó recursos por 914 millones 300 mil pesos en construcción y modernización de seis carreteras de la entidad, a fin de mejorar las condiciones de seguridad y operación de las vialidades e impulsar la actividad socioeconómica de la región.
-----------------	---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Una vez analizados los criterios de la macrolocalización, se procede a analizar la microlocalización, los criterios de la misma son: mano de obra, proveedores, transporte, costo total, ventaja competitiva y la calidad del café orgánico, de cada uno de los estados expuestos anteriormente.

Cuadro A.2 Detalles para microlocalización				
Criterio	Veracruz	Chiapas	Oaxaca	Guerrero
Mano de obra	<ul style="list-style-type: none"> Veracruz es hoy el tercer estado más poblado del país. Los productores que poseen más hectáreas contratan vecinos, compañeros de cooperativa o jornaleros 	<ul style="list-style-type: none"> Toda la actividad del café para Chiapas representa de 200 a 300 millones de dólares anuales, un millón 100 mil personas dependen de este sector de la producción, más que un producto es una cultura. 	<ul style="list-style-type: none"> Las personas que trabajan en los cultivos de café orgánico en Oaxaca son comunidades indígenas y esta actividad es la principal actividad que les deja una ganancia 	<ul style="list-style-type: none"> La mayor parte de la población de Guerrero se dedica al turismo.

			monetaria.,	
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> La producción de café orgánico, asciende a un total de un millón 400 mil quintales anuales 	<ul style="list-style-type: none"> La meta del gobierno de Chiapas, apuntó, es terminar la administración para 2012, con al menos el 50 por ciento de la producción total de un millón 600 mil quintales café con sistemas orgánicos, la cual deberá ser certificada. 	<ul style="list-style-type: none"> Oaxaca solo aporta el 13.7 % de producción de café orgánico de la producción total a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Existe un menor número de proveedores, en comparación con Chiapas y Veracruz.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> La red ferroviaria consta de 1,806.6 kilómetros que equivalen al 6.8 % de la red nacional. Veracruz, es el principal puerto comercial del país y moviliza más de 14,0 millones de toneladas, es decir el 23,6 % del movimiento de carga comercial nacional. El estado cuenta con un aeropuerto internacional ubicado en la ciudad de Veracruz, y dos aeropuertos para vuelos nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Más de 23,500 km de red carretera, que comunica a todo el estado, integrando, más de 2,000 km. De circuito que conecta con los principales centros de producción y consumo. 547 km, conectan a la frontera de Ciudad Hidalgo -, Arriaga y el Istmo de Tehuantepec con el Golfo de México. Además de la vía que comunica a Coatzacoalcos con la península de Yucatán pasando por Pichucalco y Palenque. 	<ul style="list-style-type: none"> La vía férrea que viene de Tehuacán, Pue., ingresa al estado por la estación Aldama; esta línea llega a Oaxaca, continúa al sur un ramal hacia Tlacolula de Matamoros. La otra vía férrea que cruza el territorio estatal tiene una trayectoria casi paralela a la carretera fed. núm. 185; la primera estación es Uvero, pasa por Matías Romero, Cd. Acapulco y Ixtepec, Santo Domingo Tehuantepec para llegar a Salinas Cruz. De los seis aeropuertos que posee el estado, dos ofrecen servicios nacional e internacional y se ubican en Bahía de Huatulco y en la ciudad de Oaxaca, los restantes dan servicio nacional; la comunicación del estado se complementa por este medio ya que se cuenta con 115 	<ul style="list-style-type: none"> El Estado cuenta con dos aeropuertos internacionales, ubicados en las ciudades de Acapulco y Zihuatanejo y algunos aeródromos distribuidos en los diferentes municipios del Estado.

			<p>aeródromos, distribuidos en todo el territorio oaxaqueño.</p> <ul style="list-style-type: none"> El principal puerto es Salinas Cruz, en donde se realizan actividades comerciales, pesqueras y turísticas; existen otros puertos en la entidad como: Puerto Escondido y Bahías de Huatulco con actividades turísticas y pesqueras. 	
Costo Total	<ul style="list-style-type: none"> Debido a la ubicación y adecuación del clima y de la planta productora, los costos para instalar en este estado la planta, es muy alto. 	<ul style="list-style-type: none"> La dispersión de las áreas de cultivo, y las necesidades de mantenimiento de caminos provocan mayores costos por unidad producida en Chiapas en comparación con otras zonas de México y del mundo. 	<ul style="list-style-type: none"> Debido a que la producción de café es menor que en otros países, el costo de producción aumenta considerablemente. 	<ul style="list-style-type: none"> Las inversiones realizadas, son mayormente para atracción de turismo.
Ventaja Competitiva	<ul style="list-style-type: none"> La economía de Veracruz está basada en la agricultura; se produce maíz, frijol, caña de azúcar, café, arroz, miel, frutas y tabaco. Otras actividades como la crianza de ganado y la pesca también contribuyen a la economía del estado. Las actividades industriales de Veracruz se encuentran basadas en la extracción de petróleo y el procesamiento de sus derivados. Esto se ve reflejado en la zona industrial de Coatzacoalcos, la cual está localizada al sur del Estado. 	<ul style="list-style-type: none"> La agroindustria chiapaneca tiene su origen en los beneficios húmedos y secos de café, cuya producción ha logrado el primer lugar a nivel nacional y para la economía estatal representa un importante generador de divisas. Es un producto que se vende a 14 países; sus exportaciones en 1995 sumaron 189 millones de dólares y representaron casi el 75% de las exportaciones totales del Estado. 	<ul style="list-style-type: none"> La industria se ha desarrollado principalmente en la zona de Tuxtepec, el Istmo Centrales; en esta última sobresale la industria del mezcal y la artesanal; principalmente textiles y cerámica. Producción agrícola: maíz, trigo, frijol, arroz, jitomate, chile, café, caña de azúcar, sandía, melón, mango, mamey y limón 	<ul style="list-style-type: none"> A pesar de que una de las fuentes más importantes en su economía es la agricultura, su desarrollo está limitado por lo accidentado del terreno y la falta de maquinaria. La mayoría de los campesinos practican la agricultura tradicional. En sus llanos se cultiva maíz, ajonjolí, sorgo, soya, arroz, jitomate, chile verde, limón, melón, toronja, sandía, cacahuate, mango y hortalizas.

Calidad de producto.	<ul style="list-style-type: none"> El café orgánico de Veracruzano, esta certificado bajo las normas NOM y CDO. 	<ul style="list-style-type: none"> El Estado de Chiapas es el principal productor de café Orgánico certificado a nivel Nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> El café orgánico se cultiva y produce en un sistema orientado a la obtención de un café de alta calidad y en armonía con la naturaleza. 	<ul style="list-style-type: none"> Debido a que no existe la maquinaria ni el lugar apropiado para el cultivo del aromático, este no cuenta con la calidad necesaria para ser exportado a la UE.
----------------------	--	---	---	---

Fuente: Elaboración propia

ANEXO B

DOCUMENTACIÓN PARA EXPORTACIÓN



Carta compromiso del beneficiario

Estado y Ciudad, a Día de Mes de Año

PROMÉXICO

A QUIEN CORRESPONDA
Presente

Por la presente, el que suscribe manifiesta el compromiso de **Razón Social del Beneficiario**, en mi carácter de representante legal, que cumplirá con los siguientes compromisos y demás disposiciones legales aplicables conforme a los Lineamientos del Fideicomiso Público ProMéxico, para la Promoción de la Actividad Exportadora y la Atracción de Inversión Extranjera Directa:

- Aceptar y permitir la realización de auditorías técnicas y visitas de inspección y vigilancia por parte de autoridades competentes para verificar la correcta aplicación de los recursos destinados como resultado del servicio **Nombre del Servicio de Apoyo Recibido**;
- Proporcionar la información y/o documentación para realizar una evaluación sobre los resultados logrados en la aplicación de los apoyos que se solicite en dichas auditorías y/o visitas, tanto por personal de "ProMéxico" como de otra entidad externa o a las personas que autorice para el efecto ProMéxico;
- Conservar los requisitos que dieron origen a su elección como beneficiario;
- Contestar y presentar los cuestionarios de seguimiento en los plazos establecidos;
- Cumplir con los términos y condiciones de cada servicio de apoyo.

En caso que se detecte falsedad o incumplimiento con lo antes mencionado, **Razón Social del Beneficiario**, estará obligado a reembolsar a "ProMéxico" las sumas totales que haya recibido de apoyo, dentro de los 10 días hábiles siguientes a la fecha en que haya sido notificado por "ProMéxico" de que ha incurrido en alguno de los supuestos anteriormente mencionados, sin que medie requerimiento judicial alguno.

Atentamente,

Nombre del Representante Legal
Puesto del Representante Legal

Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.

CUESTIONARIO DE EVALUACION

Sr. Empresario:

El presente cuestionario, mismo que se aplicará una vez terminado el evento internacional, busca obtener información sobre los siguientes aspectos:

- Calificación del evento internacional como medio de promoción y venta de sus productos.
- Impacto esperado del evento en sus ventas de exportación.

La información aquí contenida nos permitirá mejorar y adecuar nuestros programas, productos y servicios institucionales de apoyo a las necesidades específicas de las empresas de los diferentes sectores. Agradecemos su colaboración.

A. DATOS DEL EVENTO

Por favor indique el tipo de evento en el que participó:		
<input type="checkbox"/> Ferias con pabellón nacional	<input type="checkbox"/> Participación Individual en Eventos Internacionales	<input type="checkbox"/> Centros de distribución
<input type="checkbox"/> Agenda de negocios	<input type="checkbox"/> Misión de empresarios mexicanos al extranjero	<input type="checkbox"/> Misión de importadores
<input type="checkbox"/> Agenda de inversión en territorio nacional	<input type="checkbox"/> Seminario de inversión	
Nombre del Evento		
Sede(s): (Ciudad, Estado, País)		
		Fecha(s) de realización

B. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

Nombre o Razón Social y Extensión Fiscal (S.A. de C.V., S.P.R, S.R.L., etc.)
Registro Federal de Contribuyentes (incluirl homoclave)

C. INFORMACION DE LOS PRODUCTOS QUE PROMOVIÓ

Producto de exportación

D. CALIFICACIÓN DEL EVENTO.

¿Cómo califica el servicio ofrecido por ProMéxico?		
Muy satisfactorio <input type="checkbox"/>	Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Insatisfactorio <input type="checkbox"/>
Si su respuesta fue insatisfactorio, por favor explique por qué:		
¿Cuál es su opinión sobre la construcción y diseño del Pabellón organizado por ProMéxico? (SOLO APLICA PARA FERIAS CON PABELLON NACIONAL)		
Muy satisfactorio <input type="checkbox"/>	Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Insatisfactorio <input type="checkbox"/>
Si su respuesta fue insatisfactorio, por favor explique por qué:		
¿Cuál es su opinión del evento como un medio para promover sus productos?		
Muy satisfactorio <input type="checkbox"/>	Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Insatisfactorio <input type="checkbox"/>
Si su respuesta fue insatisfactorio, por favor explique por qué:		
¿Participaría en otra edición de este evento?		Sí <input type="checkbox"/> ; No <input type="checkbox"/>

¿Participaría en algún otro evento promocional en el extranjero organizado por ProMéxico? Sí ; No

E. RESULTADOS

Como resultado de su participación en este evento, su empresa logró:			
Iniciar ventas de exportación	<input type="checkbox"/>	Diversificar productos de exportación	<input type="checkbox"/>
Incrementar sus exportaciones	<input type="checkbox"/>	Diversificar clientes en el mismo mercado	<input type="checkbox"/>
Diversificar Mercados de Exportación	<input type="checkbox"/>	Identificar posibles co-inversiones	<input type="checkbox"/>

F. VENTAS

¿Cuál es el monto de ventas que estima tener como resultado de su participación en este evento?	
Ventas inmediatas (pedidos recibidos):	Pesos
Ventas corto plazo (seis meses):	Pesos
Ventas mediano plazo (un año):	Pesos

G. COMENTARIOS FINALES

Le agradecemos sus comentarios y observaciones adicionales sobre su participación en este evento.

H. DATOS DE QUIEN PROPORCIONÓ LA INFORMACIÓN

Nombre:	Firma:
Cargo:	Fecha (dd/mm/aa):

I. DATOS DEL EJECUTIVO DE PROMEXICO.

Nombre y Cargo:	Firma
Oficina:	Fecha de recepción (dd/mm/aa):

La información proporcionada a ProMéxico, es de carácter confidencial, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.

CUESTIONARIO DE SATISFACCION

Estimado usuario:

- o La información que usted nos proporcione servirá para mejorar la calidad de nuestros servicios.
- o Puede enviar este formato por correo electrónico a la Oficina en México o al Promotor que le atendió. Gracias.

IDENTIFICACION.-

Fecha de llenado:	
Nombre de la Empresa:	
Datos de quien llena este formato:	Nombre: Cargo:

EVALUACIÓN DEL SERVICIO AL TÉRMINO O ENTREGA

1. ¿Cuál es el servicio que recibió de ProMéxico?: Seleccione
2. En general, ¿cómo se siente con el servicio proporcionado por ProMéxico?
Muy Satisfecho. Algo Satisfecho. Algo Insatisfecho. Muy Insatisfecho.
3. Para este servicio en particular, considera que fue entregado en calidad, tiempo y forma:
Totalmente de acuerdo. Parcialmente de acuerdo. Parcialmente en desacuerdo. Totalmente en desacuerdo.
4. ¿Cuál es su opinión sobre la atención que le brindó el Promotor o Ejecutivo en la Oficina en México de ProMéxico?
Muy Satisfecho. Algo Satisfecho. Algo Insatisfecho. Muy Insatisfecho.
5. ¿Recomendaría a terceros el servicio que recibió de ProMéxico?
Definitivamente sí. Probablemente sí. Probablemente no. Definitivamente no.
6. En caso de haber solicitado *Asistencia Técnica*, ¿recomendaría a terceros al consultor que se contrató para llevar a cabo dicha actividad?
Definitivamente sí. Probablemente sí. Probablemente no. Definitivamente no.
7. En caso de haber solicitado un servicio de *Eventos Internacionales* (Ferias, Misiones, Agendas, Seminarios de Inversión, Softlanding) o *Ejecutivos en Negocios Internacionales*, indique el monto de ventas o de inversión, según sea el caso, esperadas como resultado del servicio.
8. Comentarios adicionales:

La información proporcionada a ProMéxico, es de carácter confidencial, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO

Estimado usuario,

- o La información que usted nos proporcione servirá para evaluar el impacto de los servicios adquiridos.
- o Esta información será solicitada cada 6 meses durante 3 años a partir del primer servicio proporcionado por ProMéxico.
- o Puede enviar este formato por correo electrónico a la Oficina en México o al Promotor que le atendió. Gracias.

Fecha de llenado:	
Nombre de la Empresa:	

1. De acuerdo a los servicios proporcionados a la fecha por ProMéxico.

Folio	Nombre del servicio o apoyo:	Mercado:	Fecha de entrega:
Proporcionado por el SISTEMA	Proporcionado por el SISTEMA	Proporcionado por el SISTEMA	Proporcionado por el SISTEMA
Califique el impacto que éstos han tenido sobre su empresa.			
Muy alto. <input type="checkbox"/>	Alto. <input type="checkbox"/>	Medio <input type="checkbox"/>	Bajo. <input type="checkbox"/>
Muy bajo. <input type="checkbox"/>			

2. Si Usted no tiene referencia de nuestro SISTEMA, por favor indique:

Nombre del servicio más reciente que recuerda haber recibido de ProMéxico:
Fecha estimada en que lo recibió:
Califique el impacto que nuestros servicios han tenido sobre su empresa, a la fecha.
Muy alto. <input type="checkbox"/>
Alto. <input type="checkbox"/>
Medio <input type="checkbox"/>
Bajo. <input type="checkbox"/>
Muy bajo. <input type="checkbox"/>

4. Indique el impacto que los servicios de ProMéxico han tenido sobre su empresa a la fecha:

Mercado	
a. Inició exportaciones	Sí <input type="checkbox"/> ; No <input type="checkbox"/>
b. Incrementó exportaciones	Sí <input type="checkbox"/> ; No <input type="checkbox"/>
c. Diversificó exportaciones	Sí <input type="checkbox"/> ; No <input type="checkbox"/>
d. Diversificó clientes	Sí <input type="checkbox"/> ; No <input type="checkbox"/>
e. Diversificó productos	Sí <input type="checkbox"/> ; No <input type="checkbox"/>
f. Otra	Sí <input type="checkbox"/> ; No <input type="checkbox"/>

Financieros (pesos):	
a. Ventas exportación directa	
b. Ventas exportación indirecta	
c. Monto de inversión realizada	

5. Comentarios adicionales:

La información proporcionada a ProMéxico, es de carácter confidencial, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.

GUÍA DE PROYECTOS.

1. RESUMEN EJECUTIVO.-

Este apartado debe contener información relacionada únicamente con lo más relevante de los antecedentes de la empresa y el concepto central del proyecto propuesto; los aspectos prioritarios para su éxito; las características, tamaño y tendencias del mercado meta; los recursos y apoyos requeridos así como los resultados financieros previstos (empleando cuadros resumen y gráficos en cada tema) para que, de su lectura, cualquier persona pueda comprender el proyecto, sus alcances y las premisas empleadas.

- Antecedentes de la empresa;
- Producto o servicio;
- Planteamiento global del proyecto;
- Mercado meta, y
- Requerimientos y proyecciones financieras.

2. ANÁLISIS DE LA EMPRESA.-

Proporciona información detallada sobre la empresa, con especial énfasis en la descripción de su experiencia, habilidades y capacidad para implementar el proyecto así como en las fortalezas y debilidades identificadas.

3. ANÁLISIS DEL PRODUCTO / SERVICIO.-

Identifica el bien o servicio exportable, puntualizando las características diferenciales que lo hacen atractivo para los compradores y la viabilidad operativa de producirlo / ofrecerlo.

4. ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO META.-

Describe los criterios de selección; calcula el mercado actual y potencial, evaluando oportunidades y amenazas del macroentorno; identifica competidores; fija objetivos y determina la estrategia para alcanzarlos.

5. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA.-

Destaca, a partir de cifras históricas, la forma en que la empresa ha interactuado con sus acreedores, proveedores, clientes y el factor humano; cuantifica requerimientos de inversión; proyecta la situación financiera (cuando menos a cinco años), proporciona un desglose anual del plan financiero y evalúa la viabilidad y rentabilidad del proyecto, sensibilizándolo ante diversos escenarios.

Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.
La información proporcionada a ProMéxico, es de carácter confidencial, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

PERFIL DEL BENEFICIARIO
(Los campos señalados con * son obligatorios.)

I. Datos Generales.-	
1.1 Tipo de beneficiario.*	<input type="checkbox"/> Persona Moral ; <input type="checkbox"/> Persona Física <input type="checkbox"/> Gobierno estatal o municipal; <input type="checkbox"/> Organismo empresarial <input type="checkbox"/> Otro, especifique:
1.2 Nombre del beneficiario.*	
1.3 Nombre del Representante Legal o Director de la Empresa o Entidad.*	
1.4 RFC.*	
1.5 CURP*	
<i>(únicamente para personas físicas)</i>	
1.6 Dirección y contacto:	
Calle*:	
No. Exterior*:	
No. Interior:	
Colonia*:	
Delegación/Municipio:	
Estado*:	
Código Postal*:	
Teléfono:	Lada () Número 1* ; Número 2
Fax:	Lada () Número 1* ; Número 2
Correo electrónico*:	
1.6 Página WEB:	
II. Tipo de cliente	
2.1 Sector.*	
2.2 Exporta.*	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2.3 Si la respuesta fue negativa señale sus clientes nacionales principales.*	
2.4 ¿Cuenta con un Plan de Exportación? Señale mercado y producto.*	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Mercado: Producto:
III. Información comercial y operativa de la empresa	
3.1 Giro ó actividad empresarial:	Fabricante <input type="checkbox"/> ; Maquilador <input type="checkbox"/> ; Comercializador <input type="checkbox"/> Proveedor de servicios <input type="checkbox"/> ; Otros <input type="checkbox"/> Indique .
3.2 Año de inicio de operaciones*:	
3.3 No. de empleados*:	

3.4 Monto de ventas del año actual (pesos)*	
3.5 Monto de ventas del año anterior (pesos)*	
3.6 ¿Su empresa realiza ventas de exportación?*	Exportación directa <input type="checkbox"/> . Indirecta <input type="checkbox"/> . Ambas <input type="checkbox"/> No exporta <input type="checkbox"/>
3.7 Año de inicio de exportaciones.*	NA <input type="checkbox"/>
3.8 ¿Cómo apoya las actividades de comercialización de sus productos en el extranjero?	<input type="checkbox"/> Bodega; <input type="checkbox"/> Centro de distribución; <input type="checkbox"/> Representante; <input type="checkbox"/> e-Commerce <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> ; Ninguna.
3.9 ¿Qué productos o servicios exporta? *	Nombre del producto o servicio: Fracción arancelaria:
3.10 ¿Productos o servicios que vende a exportadores indirectos? *	
3.11 ¿Productos o servicios que desea exportar?*	
3.12 ¿A qué países exporta actualmente? *	
3.13 ¿A qué países desea exportar?*	
3.14 ¿Cuántos clientes tiene en el mercado internacional? *	
3.15 ¿Señale los clientes que tiene en el mercado nacional?*	
3.16 ¿Su empresa cuenta con certificaciones de procesos y/o calidad?*	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3.17 ¿Cuáles?	ISO 9001 <input type="checkbox"/> . ISO 14000 <input type="checkbox"/> .
3.18 Otras.	HACCP ¹ <input type="checkbox"/> . CMM ² <input type="checkbox"/> .
	Certificaciones especiales de su sector, cuáles:
3.19 Monto de exportaciones directas del año actual (dólares)*	
3.20 Monto de exportaciones directas del año anterior (dólares)*	
3.21 Monto de exportaciones indirectas del año actual (dólares)*	
3.22 Monto de exportaciones indirectas del año pasado (dólares)*	

* Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control. (HACCP por sus siglas en inglés).

² Modelo de Capacidad y Madurez (CMM por sus siglas en inglés).

IV. Promoción de exportaciones	
4.1 ¿Qué medios utiliza para la promoción de exportaciones?*	<input type="checkbox"/> Catálogos; <input type="checkbox"/> Medios impresos; <input type="checkbox"/> Pagina Web <input type="checkbox"/> Página Web transaccional; <input type="checkbox"/> Publicidad internacional especializada. <input type="checkbox"/> Otros.
4.2 ¿Cuál es la estructura de promoción con la que cuenta para sus ventas de exportación?*	<input type="checkbox"/> Personal especializado. <input type="checkbox"/> Presupuesto anual para promoción. <input type="checkbox"/> Otros, especifique

4.3 ¿Ha realizado en el último año actividades de promoción para sus productos en el exterior? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
4.4 En caso afirmativo señale cuáles.	Feria Comercial <input type="checkbox"/> ; Eventos especializados del sector <input type="checkbox"/> Visita a clientes potenciales <input type="checkbox"/> ; Otros <input type="checkbox"/> . Especifique:
4.5 ¿Su empresa está trabajando con ProMéxico? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
4.6 ¿Su empresa se está apoyando con alguna Institución del gobierno federal para iniciar o diversificar sus exportaciones? * Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indique cuál (es)	
4.7 ¿Cuenta con algún socio extranjero? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indique:	
4.8 ¿Su empresa tiene algunas(s) marca(s) registradas? * Sí <input type="checkbox"/> ¿Cuáles? No <input type="checkbox"/>	
4.9 ¿Su empresa tiene registrada alguna patente? * Sí <input type="checkbox"/> Especifique: No <input type="checkbox"/>	
4.10 ¿Su empresa ha realizado inversiones en maquinaria y equipo en los últimos dos años? * Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
4.11 ¿Su empresa ha realizado inversiones en capacitación técnica especializada en los últimos dos años? * <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
4.12 ¿Su empresa ha realizado inversión en investigación y desarrollo en los últimos dos años? * Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
4.13 ¿Su empresa ha realizado mejoras a sus procesos, productos o servicios en los últimos cinco años? * Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
4.14 ¿Ha contratado consultores para mejora de procesos o productos en los últimos cinco años? * Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
4.15 ¿Su empresa ha recibido algún premio o reconocimiento por realizar mejoras en sus procesos, productos o servicios? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Especifique:	
4.16 ¿Cuenta con personal capacitado en comercio exterior? * Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	

V. Información Financiera

5.1 ¿Se encuentra al corriente de sus obligaciones fiscales? * Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
--

Lugar: _____ y Fecha de requerido: _____
Manifiesto bajo protesta de decir verdad que los datos asentados en la presente solicitud son verdaderos y autorizo a ProMéxico a verificar la información proporcionada.
_____ Nombre y Firma del Solicitante. Puesto del Solicitante

ProMéxico se reserva el derecho de solicitar mayor información para llevar a cabo la comprobación o investigación de los datos asentados en el mismo, de considerarlo necesario. La información proporcionada a ProMéxico, es de carácter confidencial, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.

PERFIL DEL IMPORTADOR

I. Información del negocio a realizar en México.-

1.1 Misión/ Evento en el cual participará*	
1.2 Descripción de las actividades que llevará a cabo*:	
1.3 Monto estimado de compra*:	

II. Datos Generales.-

2.1 Tipo de empresa.*	Moral <input type="checkbox"/>	Física <input type="checkbox"/>
2.2 Razón Social.*		
2.3 Nombre del Director de la Empresa.*		
2.4 Nombre de la persona que asistirá en representación de la empresa:		
2.5 Dirección y contacto:		
Calle:*		
No. Exterior:		
No. Interior:		
Poblado/Ciudad:*		
País:*	Código Postal:*	
Teléfono:	Lada () Número 1* ;	Número 2
Fax:	Lada () Número 1* ;	Número 2
Correo electrónico:	Página WEB:	

2.6 Giro	
2.7 Año de inicio de actividades:	
2.8 ¿Su empresa está importando productos / servicios de otros países?:	
2.9 ¿De qué países está importando?:	
2.10 Empresas subsidiarias y países de localización:	
2.11 Holding o grupo empresarial al que pertenece:	
2.12 Sector:	
2.13 ¿Su empresa tiene inversiones en el extranjero?	
2.14 ¿De qué tipo?:	
2.15 ¿Cómo apoya las actividades de comercialización de sus productos en el extranjero?	

Lugar: _____ y Fecha de requisitado: _____
Manifiesto bajo protesta de decir verdad que los datos asentados en la presente solicitud son verdaderos y



autorizo a ProMéxico a verificar la información proporcionada.

Nombre y Firma del Importador.
Puesto en su Empresa

Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.

La información proporcionada a ProMéxico, es de carácter confidencial, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

PERFIL DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN MÉXICO.

I. Consideraciones Generales.-

La información contenida en este formato se integra en dos bloques con distinto alcance: el primero, correspondiente a un perfil *inmediato* del proyecto "I. Información general de Proyecto", y el segundo, correspondiente al *detalle* "II. Información detallada de Proyecto de Inversión". Los campos con asterisco (*) son obligatorios.

I. Datos Generales.-

2.1 Tipo de empresa.* Moral <input type="checkbox"/> Física <input type="checkbox"/>	
2.2 Razón Social.*	
2.3 Nombre del Director de la Empresa.*	
2.4 Nombre del encargado del proyecto.*	
2.5 Dirección y contacto:	
Calle.*	
No. Exterior:	
No. Interior:	
Estado.*	
País.*	
Código Postal.*	
Teléfono:	Lada () Número 1* ; Número 2
Fax:	Lada () Número 1* ; Número 2
Correo electrónico:	
Página WEB:	

2.6 Año de inicio de actividades:	
2.7 Países en los que tiene centros de producción:	
2.8 Países en los que tiene oficinas de representación:	
2.9 Empresas subsidiarias y países de localización:	
2.10 Holding o grupo empresarial al que pertenece:	
2.11 Sector:	

I. Información general de Proyecto.	
*A. Monto total de inversión por proyecto (en dólares americanos USD).	Indicar el monto total de inversión de cada proyecto, por año y hasta su implementación completa. Por favor, indique los montos de inversión para planta, terrenos y otros activos considerados en el proyecto, así como la inversión destinada a actividades de Investigación y Desarrollo (I/D) y diseño a realizarse en México.
*B. Inversión o actividades en I/D	Describir, si aplica, la inversión que se llevará a cabo en México en procesos de I/D y de diseño de producto.

*C. Descripción completa de cada uno de los subproyectos.	Describir por completo los subproyectos en que estará dividido el proyecto de inversión, incluyendo el producto que se fabricará, los procesos que se seguirán, el mercado y localidad en el que será vendido, y los niveles de producción estimados.
* D. Países competidor.	Indicar los países que compiten para ser anfitriones de este proyecto y los tipos de apoyo ofrecidos.
*E. Número de empleados por proyecto.	Indicar el número y tipo de empleos (ingenieros, administrativos, técnicos, etc.) para cada proyecto, por cada año hasta la implementación completa del proyecto. Señalar cuál es la nómina estimada para cada etapa del proyecto.
*F. Número de empleados en I/D.	Indicar el número y tipo de empleos, así como la nómina estimada, para actividades de I/D y de diseño de producto a desarrollarse en México.
*G. Proveedores asociados.	Indicar la inversión y empleos estimados correspondientes a proveedores externos que considere que puedan emigrar a México para continuar su relación de proveeduría con el proyecto.
*H. Proveedores locales.	Describir la oferta de proveeduría local que se estima podría desarrollar para atender a cada uno de los proyectos.
*I. Fases del proyecto.	Describir las fases de los proyectos y el tiempo estimado para cada una, así como el detalle de la implementación, indicando años y etapas.

II. Información detallada de Proyecto de Inversión.	
*A. Nombre del proyecto.	
*B. Descripción del proyecto específico.	Sus alcances, los productos / servicios que se ofrecen, el mercado que atienden, las tecnologías empleadas, y los ingresos (ventas) esperados.
*C Monto total de la inversión y etapas.	Describir las etapas del proyecto y los montos de inversión correspondientes a cada una de ellas (si aplica).
D. Inicio de operaciones.	Indicar la fecha de inicio de operaciones que se recomienda para el proyecto (si aplica).
*F. Sector / Actividad económica.	Describir el tipo de actividad económica a la que pertenece el producto o servicio asociado al proyecto (sector y rama)
G. Localización geográfica.	Indicar el área geográfica en donde se llevarán a cabo las operaciones del proyecto.
H. Ingresos (ventas).	Indicar los ingresos esperados incluyendo los volúmenes de ventas (si aplica). De tratarse de diversos "sub-proyectos", presentar desglose con los ingresos esperados en cada uno.
I. Estímulos fiscales a nivel local (Estatad y Municipal).	Desglosar los estímulos del gobierno estatal y municipal a que podría acceder el proyecto, su monto y la vigencia de los mismos.
J. Certificaciones / Permisos.	Describir las certificaciones obtenidas para la operación del proyecto, así como aquellas necesarias o en trámite, y los permisos que implica el proyecto, dada la regulación vigente.
*K. Contacto.	Indicar el nombre del representante del proyecto (en la Entidad Federativa ó Iniciativa Privada), cargo, dirección, teléfono y correo electrónico. Indicar también si existe página en Internet u otro medio de contacto.
Mercado.	

A. Descripción del mercado.	Describir el mercado que atiende el proyecto a través de sus productos / servicios así como la etapa del proceso productivo (bienes de consumo intermedio, consumo final, servicios, etc.)
B. Tamaño del mercado objetivo.	Presenta el tamaño del mercado objetivo en términos de ventas, volumen y vinculación de sectores. Puntualizar el porcentaje de la producción destinado a la exportación.
C. Demanda futura.	Presentar estimaciones para la demanda futura de los bienes / servicios provistos por el proyecto, así como su alcance geográfico.
D. Canales de comercialización.	Describir las formas de comercialización empleadas y/o previstas, así como las alianzas realizadas con proveedores y comercializadores (si aplica).
Formación de capital humano y transferencia tecnológica.	
A. Capacitación.	Describir el tipo de capacitación que requerirán las diferentes plazas requeridas en las distintas fases del proyecto. Lo que se espera en esta sección es conocer el impacto del proyecto en los programas de las instituciones educativas o aquellas dedicadas a la capacitación.
B. Tecnología.	Describir los alcances del proyecto en términos de la transferencia de tecnología que implica (si aplica).
C. Recursos humanos dedicados a investigación.	Indicar el número de personas empleadas específicamente en investigación como parte del proyecto.
D. Tipo de empleos destinados a investigación.	Describir el tipo de empleos vinculados a actividades de investigación, y el número de plazas por tipo de investigación.
E. Inversión en investigación.	Indicar el monto de recursos financieros destinados o que se planea destinar a actividades de investigación. Indicar también el plazo en que se ejercerán dichos recursos y las fases en que se darán.
Comentarios Adicionales.	
Comentarios:	

Lugar: _____ y Fecha de requisitado: _____
Manifiesto bajo protesta de decir verdad que los datos asentados en la presente solicitud son verdaderos y autorizo a ProMéxico a verificar la información proporcionada.
_____ Nombre y Firma del Solicitante. Puesto del Solicitante

*La información proporcionada a ProMéxico, es de carácter confidencial, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
Siendo ProMéxico un fideicomiso público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el otorgamiento de los apoyos con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente.*

