

### **3. METODOLOGÍA**

Esta parte se refiere a la metodología de investigación utilizada para alcanzar el propósito de este proyecto y está organizada de la siguiente forma:

Primero se resumen los objetivos de la investigación para continuar con el proceso de colección de datos y el procedimiento de análisis de acuerdo al plan de exportación de Bancomext. Saunders, Lewis y Thornhill (2003) sugieren una estructura de guía para el estudio, la cual se siguió para este proyecto y se divide en: alcance de investigación a desarrollar, colección de datos, y fase de análisis de datos. Posteriormente se define el proceso de investigación utilizado para la colección de datos para desarrollar el plan de exportación y al final de este capítulo se mencionan nuevamente las limitaciones.

#### ***3.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN***

Desarrollar un plan de exportación de acuerdo con los lineamientos de Bancomext, se incluye el formato del mismo para facilitar la obtención de créditos y llevar a cabo el proyecto. El plan comprende la exportación de tomate orgánico a Alemania debido a la demanda existente.

#### ***3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA Y PRIMARIA***

De acuerdo a Saunders et al. (2003) la información secundaria es información que ya existe y que fue recolectada para otro propósito, y se dividen en tres subgrupos principalmente: datos documentarios, datos basados en investigaciones, y aquellos compilados de múltiples fuentes y compañías que pueden proporcionarlos a cambio de un costo. Los datos primarios consisten en información recolectada para un propósito específico. Debido a la naturaleza del presente proyecto, la investigación se basa en su totalidad en información secundaria.

Las fuentes principales que se utilizaron para obtener la información de este proyecto fueron datos proporcionados por Bancomext, sitios de páginas gubernamentales de Internet, publicaciones oficiales, información de agencias aduanales e información con contactos en el país meta.

**Fuentes de Información Comercial.** Las compañías pueden comprar reportes de datos secundarios de un proveedor externo; estas firmas proveen datos de alta calidad útiles

para una amplia variedad de necesidades de información de mercado Saunders et al. (2003). Para esta investigación se compró la Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea de Bancomext.

### ***3.3 DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN***

En esta parte se dan a conocer las fuentes necesarias para desarrollar el plan de exportación, primero se comienza con la obtención de información de los objetivos primarios y después se presenta paso a paso el plan de exportación de Bancomext.

Las ventajas competitivas de la producción del tomate orgánico bajo invernadero se obtuvieron de diversas fuentes como fueron los estudios realizados por (Brentlinger, 2002; López 2004); por la Internacional Federation of Organic Agriculture (CBI, 2005); (Evia y Gudynas, 2000); FAO (2001) y (Mongoni 2006).

Los requerimientos necesarios para el funcionamiento y estructura del invernadero se obtuvieron con una investigación documental sobre las características que deben tener los invernaderos para la producción del tomate orgánico, así como una visita al invernadero de tomate ubicado en Izúcar de Matamoros el día 8 de abril del 2006. Se muestra la estructura en el apéndice anexo A. (Muñoz, 2003); (López, 2004); (Pérez,López y Fernández, 2002); (Gutiérrez, Hernández, Rojas, 1999); (Baldasano, 2004); (DEAM 1999).

La existencia del mercado potencial para la venta de tomate orgánico en Alemania se obtuvo de fuentes como (Eurostat, 2005); (Deutschland.de 2005); (Bancomext 2005). Se muestran gráficas de las importaciones totales en el apéndice anexo B y C.

II. Plan de exportación para tomate orgánico a Alemania

#### **3.3.1 Análisis de la Empresa**

Para el análisis de la empresa se investigaron los siguientes puntos:

- a) Constitución legal. La empresa Productos Orgánicos Mexicanos es una empresa de nueva creación por lo que se determinó la misión en función de las necesidades que se van a satisfacer y fue elaboración propia, se preguntó en la SHCP sobre el proceso que se realizará para dar de alta a la empresa, se obtuvo información de un abogado, notario y actuario sobre la constitución legal de la misma, se presenta la empresa propuesta en el capítulo de Resultados.

- b) Misión empresarial. La misión se formuló de acuerdo a los objetivos y metas iniciales de la empresa para satisfacer la demanda del producto. Elaboración propia.
- c) Estructura administrativa. Se utilizó el organigrama dado por Johnson, en su libro Exploring Corporate Strategy (Johnson, 2003) sin embargo se modificó por las necesidades de la empresa Productos Orgánicos Mexicanos siendo una elaboración propia.
- d) Políticas. Las políticas se determinaron de acuerdo a los requerimientos de la nueva empresa para lograr sus funciones satisfactoriamente. Elaboración propia.
- e) Fortalezas y Debilidades. Se analizaron las fortalezas y debilidades de la nueva empresa. Elaboración propia.

### **3.3.2 Análisis del Producto**

Se analizó el producto bajo los siguientes puntos:

- a) Descripción del Producto. Se obtuvo de diversas fuentes de información secundarias especificadas en el siguiente capítulo; además de una visita que se hizo a Bancomext para determinar la fracción arancelaria que le corresponde al tomate en Alemania.
- b) Costo de Producción. Se investigaron los costos de producción de la mano de obra directa e indirecta en un invernadero ya establecido en Izúcar de Matamoros, se presentan los costos de producción con información de (Vargas y Zepeda 2006) y de la agencia aduanal grupo Berinstain, siendo una elaboración propia.
- c) Proceso Productivo. Se obtuvo información de diversas fuentes de internet sobre el proceso de producción hasta que está terminado el bien (Muñoz, 2003); y se muestran fotografías en el apéndice anexo D.
- d) Envase y Embalaje. Se elaboró el envase de acuerdo a los requerimientos de la UE (Bancomext 2005) el empaque del tomate orgánico se determinó de acuerdo a las características necesarias y el diseño se muestra en el apéndice anexo E. El embalaje óptimo para la exportación lo determinará la agencia aduanal grupo Berinstain ubicada en la ciudad de Puebla.

- e) Normas Oficiales. Se obtuvo información de (Bancomext 2005); de la Unión Europea como son los website de EUREPGAP y la Comisión Europea, de (CIB, 2005); (PAC 2005); (SAGARPA y CONASAG 2005) sobre la adquisición del certificado fitosanitario también se obtuvo información de la Dirección General de la Secretaría de Economía en México.
- f) Investigación y Desarrollo. Se investigó sobre la demanda que actualmente tiene el tomate orgánico en la Unión Europea en el website de CBI y Eurostat. El departamento de comercialización se encargará de monitorear las demandas del consumidor.

### **3.3.3 Análisis y Selección del Mercado Meta**

Se obtuvo información de los siguientes puntos.

- a) Descripción de la Industria. Se obtuvo información de la guía de Bancomext (2005) sobre la situación actual en México determinando las importaciones y exportaciones del producto.
- b) Participación Nacional. Se obtuvo información de la guía de Bancomext (2005), para determinar las importaciones y exportaciones del producto en Alemania y datos de la Secretaría de Economía (2004).
- c) Selección del Mercado Meta. Se obtuvo información de datos estadísticos de la guía de Bancomext (2005) para determinar el volumen de ventas en Alemania.
- d) Medición del Mercado. Se obtuvo información del tamaño del mercado en Alemania con datos obtenidos en Euromonitor (2004); (ZMP 2004 y 2005 en CBI 2005) de la guía de Bancomext (2005).
- e) Barreras Arancelarias y no Arancelarias. Se obtuvo el arancel del producto con información de la visita a Bancomext ubicada en la ciudad de Puebla; así como se determinó el producto sin tasa preferencial y el TLCUEM. (Bancomext 2005)
- f) Precio del Producto. Se obtuvo el precio del producto por un contacto en el país de Alemania (Ersan, 2006) y se presenta información del boletín de la Organic Food and Business News Weekly (1997).

- g) Modalidades de Pago. Esta información se tomó de la guía de exportación de Bancomext, 2005 y se presenta en el apéndice anexo F los documentos necesarios para realizar la exportación (Román, 2005).
- h) Incoterms. El incoterm que se aplicará se determinó por el servicio que dará la empresa Productos Orgánicos Mexicanos (Bancomext, 2005).
- i) Formalización legal de la compra-venta. Se presenta un contrato para realizar la exportación, proporcionado por Bancomext en la sucursal ubicada en la ciudad de Puebla en el apéndice anexo G.
- j) Logística y Distribución. Se utilizarán los servicios del grupo aduanal Berinstain en Puebla y de Ersan Business Solution en Alemania, se presenta información de la Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea.
- k) Mezcla de Mercadotecnia y Estrategia de Penetración. Se obtuvo información con contactos personales sobre el lugar a donde se distribuirá el producto, también en la guía de exportación Bancomext, 2005, el producto se dará a conocer a través del canal Film-TV-Produktion en Alemania.
- l) Clientes Potenciales. Se identificaron los clientes potenciales durante una visita a Alemania en mayo del 2005.
- m) Oportunidades y Amenazas. Esta información fue elaboración propia identificando las oportunidades y amenazas de nuestro producto y las ventajas competitivas que ofrece el TLCUEM.

### **3.3.4 Análisis y Evaluación Financiera**

Se obtuvo información sobre los siguientes puntos:

- a). Información Histórica. Esta información no se presenta porque es una empresa de nueva creación.
- b). Requerimientos de Inversión. Se obtuvo la información con datos de un invernadero ya establecido información de Vargas y Zepeda (2006).
- c). Punto de Equilibrio y Margen de Seguridad. Se utilizaron los cálculos del Plan de Negocios para proyectos de Exportación (PLANEX, 2003) dado por Bancomext.
- d). Flujo de Efectivo. Se presenta el volumen de ventas, el costo de ventas y la utilidad bruta así como la depreciación, los gastos administrativos y de operación, la utilidad

operativa así como los impuestos y la utilidad neta, se utilizaron datos de INEGI, SHCP, BANXICO y BLOOMBERG (2006), inflación 2004-2006 de BANAMEX con datos de BANXICO y SHCP para elaborar tres escenarios el optimista, el conservador y el pesimista con una tasa de capital de 11.01% del Proyecto Financiero de Exportación del Nopal, UDLA-P Febrero (2005).

- e). Estados Financieros. Se presenta el estado de resultados proyectado a 5 años, fue elaboración propia basada en el formato del Proyecto Financiero de Exportación del Nopal de la UDLAP.
- f). Razones Financieras. Se calculó el margen bruto y el rendimiento de la inversión sólo aplican algunas las razones financieras debido a que es una empresa de nueva creación, elaboración propia.
- g). VPN y TIR. Se indicó el valor presente neto y TIR derivado de las proyecciones, (precisando cuándo se cubre de costo de capital), fue elaboración propia basada en el formato del Proyecto Financiero de Exportación del Nopal UDLAP-2005.

### ***3.4 LIMITACIONES***

Como se mencionó en la introducción de este proyecto, el mismo cubre únicamente el área este del estado de Puebla para la producción en una extensión territorial de 5,000m<sup>2</sup> utilizando una parte del terreno para la oficina y otra para el área de empaque.

Debido a que Alemania cuenta con altas normas de calidad para la importación de productos, los estándares de los productos orgánicos son difíciles de cubrir y el propuesto proyecto cubre los requisitos indicados publicados por Bancomext, por lo que se pretende que con esto se otorgue el Certificado Fitosanitario Internacional de Alemania para este producto, cumpliendo con los requisitos especificados por el Comité Europeo de Normalización.

En resumen el propósito de este capítulo es dar a conocer los medios de información que se utilizaron y procesos de análisis que se siguieron para el desarrollo de este proyecto.