

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En esta sección se presenta el resumen de los resultados del proyecto, incluyendo las limitaciones y las áreas potenciales para futura investigación.

### ***5.1 CONCLUSIONES***

Recientemente la preocupación por el consumo de productos orgánicos se ha extendido en todos los países, principalmente en los desarrollados; donde los adelantos tecnológicos han permitido determinar que algunas de las enfermedades pueden ser provocadas por las sustancias tóxicas que contienen los alimentos que ingerimos.

Una de las formas en las que las personas muestran su preocupación por su alimentación es la producción de alimentos orgánicos; los cuales ofrecen una nueva opción para las personas preocupadas por su salud. Los alimentos orgánicos están cobrando popularidad, principalmente en los países desarrollados, donde las personas están deseosas de adquirir alimentos sanos y dispuestos a pagar un precio mayor por los mismos.

La producción de alimentos bajo invernadero permite utilizar técnicas que generan un mayor rendimiento en la producción alcanzando una calidad excelente orgánica. Sin embargo; la producción de alimentos orgánicos mexicanos se destina en la mayoría de los casos a México o Estados Unidos, desaprovechando el mercado potencial que representa la Unión Europea y que por sus características económicas ofrece mayores beneficios para la venta de productos orgánicos.

Los objetivos principales del presente proyecto son los siguientes:

- Demostrar las ventajas competitivas de la producción del tomate orgánico bajo invernadero.
- Descripción del invernadero propuesto para la producción.
- La existencia del mercado potencial para la venta de tomate orgánico en Alemania.
- Plan de exportación para tomate orgánico a Alemania.

La producción bajo invernadero del tomate orgánico permite obtener mayores ciclos de producción al año, debido a que el producto está protegido y no se expone a las inclemencias del medio ambiente. Igualmente se logra un mayor rendimiento productivo al aprovechar eficientemente el terreno. Cada planta produce al menos 40% más, lo cual permite disminuir

los costos de producción e invertir una mayor cantidad en la obtención de los certificados necesarios para su exportación.

La revisión de la literatura demostró que el tomate es la hortaliza más difundida en todo el mundo y la de mayor valor económico. Su demanda aumenta continuamente y con ella su cultivo, producción y comercio. El tomate orgánico tiene una gran demanda en los países de la Unión Europea y Alemania es el principal importador del mismo (Bancomext, 2005 y CBI, 2005).

El plan de exportación presentado en este proyecto muestra la factibilidad y rentabilidad del mismo, aún considerando un escenario pesimista se generan utilidades. Este resultado es debido principalmente a que la producción se realiza en un país en desarrollo donde los costos de producción son bajos con respecto a los países desarrollados y la venta del tomate se realizará en Alemania, que es un país desarrollado donde las personas están dispuestas a pagar precios elevados por alimentos orgánicos y que tiene una moneda fuerte (ie "hard currency"), sin restricciones cambiarias y con demanda global.

Es importante mencionar que la certificación en México dada por la Comisión Nacional de Sanidad Agropecuaria para productos orgánicos no garantiza la certificación en Alemania, lo cual representa una barrera. Sin embargo, la producción orgánica del tomate se realizará con altos estándares de calidad, incluyendo el sello de calidad suprema; para cumplir con los requisitos que los organismos Alemanes necesitan para certificar el producto.

Otro requerimiento indispensable que debe cubrirse para la exportación del tomate a Alemania es el empaque reciclable, el cual se cumple con el diseño de una caja de cartón 100% reciclable que también es el más adecuado para el traslado del producto hasta Alemania, creando una ventaja competitiva. Otra ventaja competitiva importante es que la exportación a Alemania se realizará dos veces al año en primavera y en invierno, debido a que el mercado alemán no cuenta con producción local por las condiciones del clima durante estas estaciones, y forzosamente importan el producto sin importar el precio más elevado.

La información financiera proyectada permite evaluar el proyecto como altamente rentable. La TIR del 59% en el escenario optimista demuestra que los rendimientos económicos resultantes son buenos, anticipando una excelente inversión con resultados positivos.

EL VPN es una cantidad favorable en comparación con la inversión inicial requerida para el desarrollo del proyecto. Este valor es una herramienta muy útil para tomar la decisión de invertir en el proyecto.

La producción de tomate orgánico bajo invernadero traerá grandes beneficios a la población del Rincón Citlaltépetl y sus alrededores ya que se generarán fuentes de empleo, también existirá seguridad para los empleados debido a que no se trabajará con máquinas que impliquen riesgos industriales; como se mencionó anteriormente, la misión de la empresa Productos Orgánicos Mexicanos es generar confianza a través del servicio, la honestidad y la responsabilidad con los consumidores y el medio ambiente para obtener un producto de calidad altamente competitivo en el mercado; de esta forma contribuiremos al beneficio del país creando divisas para México y principalmente para al beneficio de la empresa logrando una alta rentabilidad.

Este proyecto cumple con la sostenibilidad integral del sistema de producción (económica, social y ecológica), como lo define el Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y Agricultura Mundial.

## ***5.2 RECOMENDACIONES***

Uno de los factores más importantes para cubrir los requisitos de la certificación de los productos orgánicos es el cuidado adecuado desde su producción hasta su empaque. Un buen liderazgo es básico para el éxito de la empresa, es necesario garantizar la adquisición del equipo adecuado, así como la contratación de personas con elevada experiencia y conocimiento en producción orgánica para poder alcanzar altos estándares de calidad y exportarse a Alemania.

Las crisis y los problemas alimentarios tienen un efecto positivo en el mercado orgánico al aumentar en los consumidores la sensibilidad respecto de la salud, por lo que se recomienda estar bien informado sobre todo el ambiente económico, social y cultural alemán.

La celebración del mundial 2006 ofrecerá la oportunidad de dar a conocer información sobre el arte, la cultura y la gastronomía mexicana ([www.auswaertigesamt.de/www/es/willkommen/deutschlandinfo](http://www.auswaertigesamt.de/www/es/willkommen/deutschlandinfo)) permitiendo promover en algún grado los productos mexicanos.

Para generar confianza entre el mercado alemán, se deben desarrollar folletos que incluyan fotos de las fases de producción y los productos, incluyendo la dirección de un sitio en Internet que ofrezca información sobre la empresa, localización y la posibilidad de contactar directamente al responsable del invernadero.

La promoción del tomate orgánico se debe dirigir a la población joven, debido a su mayor capacidad de aceptación asegurando una demanda futura duradera. Es importante hacer notar que el comprador de productos orgánicos se distingue en el conjunto de los consumidores porque sabe identificar y cuantificar lo que adquiere y tiene exigencias mayores en cuanto a la calidad de los alimentos por lo que la selección de los tomates será una parte importante en el control de calidad antes de embarcar el producto; la revisión debe realizarse por una persona bien capacitada; al poner en práctica esta revisión se disminuirán los costos y el riesgo de invertir en la logística de tomates que serán rechazados por los organismos de certificación.

El creciente interés por consumir productos orgánicos es parte de una tendencia mundial de cambio de valores, de las personas materialistas que tienen prioridad del crecimiento económico, hacia los posmaterialistas, que se preocupan por la calidad de vida, el medio ambiente y la sociedad. Esta tendencia es producto y expresión de sociedades que cuentan con altos niveles de ingresos como Alemania y están en posibilidad de satisfacer sus nuevas necesidades ofreciendo un mercado potencial para nuevos productos como los orgánicos.

Un riesgo para la exportación del tomate orgánico a Alemania es el crecimiento exponencial de la producción orgánica en los países mediterráneos de Europa, sobre todo España e Italia, que se han convertido en proveedores de orgánicos de los países del norte de Europa, sobre todo de hortalizas, cítricos, aceite de olivo, vino, queso y frutas secas (CBI, 2005).

