



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

2 ej.
no. 23

"LA ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA DEL CAFE EN GRANO EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA Y HOTELERA EN EL DISTRITO FEDERAL Y UN CASO PRACTICO DE UN TOSTADOR DE CAFE".

DIRECTOR DE SEMINARIO: LIC. JOSE MANUEL ALONSO.

SEMINARIO DE INVESTIGACION DE
ADMINISTRACION
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A :
JOSE ALEJANDRO CASTAÑON GONZALEZ

MEXICO

1987



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

PARTE I

INTRODUCCION	1.
ANTECEDENTES	2.
PRODUCCION MUNDIAL	5.
PRODUCCION NACIONAL	13.
IMPORTANCIA DEL CAFE DENTRO DE LA ECONOMIA NACIONAL ...	18.
LAS CUATRO "P" DE MERCADOTECNIA	27.

PARTE II

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	46.
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	47.
HIPOTESIS	48.
DISEÑO CUESTIONARIO	49.
TRABAJO DE CAMPO	
TABULACION	
PRESENTACION GRAFICA O INTERPRETACION	55.
CONCLUSIONES	66.
APENDICE "A"	71.
APENDICE "B"	82.
APENDICE "C"	98.
BIBLIOGRAFIA	117.

INTRODUCCION

El café tiene una importancia económica en el desarrollo nacional, por ser un producto generador importante de divisas al país y formar parte de las grandes industrias generadoras de empleos, ayudando así de cierta manera a la recuperación económica que tanta falta hace a la Nación; ya que crea divisas por 445'332,840.81 millones de dólares anuales, y constituye una de las bebidas básicas de la población mexicana, que es una de las dietas alimenticias de los campesinos (junto con el maíz, tortilla, frijol y chile), además de favorecer a la convivencia en las diferentes clases sociales, y de auxiliar al sector primario agrícola como medida de ingresos, ya que su precio es superior en el mercado a las demás gramíneas (frijol, maíz, habas, etc.), mejorando la economía familiar del campesino, no obstante el intermediarismo que lo depaupera; el café como todo producto, interviene en el sector primario que es el cultivo, en el secundario que es su transformación industrial y en el terciario o de servicios, dando ocupación en un amplio sector de la población en las grandes urbes como el D. F., Guadalajara, Monterrey, etc.

En la realización de este estudio, he tratado de darle una presentación en forma sencilla, como yo la percibo, y la finalidad que persigo es la de mostrar la gran importancia que este producto otorga tanto a la economía del país, como a cualesquiera de las esferas sociales.

ANTECEDENTES

La palabra café proviene del turco cahué, el café es oriundo de Arabia, se extendió por todo oriente desde el siglo XV, en el siglo XVII pasó de Europa a las Antillas Francesas, desde donde no tardó en extenderse por la América del Sur, hoy en día son los principales productores de café: Brasil, Colombia, México, Venezuela, Antillas, Repúblicas de Centroamérica y Angola.

Café... enigmática bebida que nos remonta a las más extraordinarias leyendas, "Bebida Mágica", "Vino del Islam" o "Leche de los Pensadores", son entre otros los calificativos con que la historia ha identificado a esta prodigiosa semilla. Su misterioso aroma e inconfundible sabor ha sido tema de innumerables historias.

Una de ellas es que sus propiedades estimulantes fueron descubiertas al observar a unas cabras que correteaban todas las noches después de haber comido unas frutas rojas de un arbusto desconocido, la escena se había desarrollado alrededor del año 800 en las colinas del Yemen, aunque de hecho el café era conocido en el oriente medio mucho tiempo antes de nuestra era, leyenda o realidad, lo cierto es que esta enigmática semilla es uno de los más preciados regalos ofrecidos al hombre por la naturaleza.

Su lejano origen: fuerza y vigor es su significado que hasta nosotros ha llegado de la palabra árabe Kawek de la cual proviene la palabra café, aunque podría ser también la

transposición de Kaffa nombre de una provincia de Etiopía, considerada como la patria del café. Lo que sí es seguro es que como el cacao es originario de México, Arabia fué precisamente la cuna que dió origen al café como bebida.

Se sabe que para el siglo XVI el café se había convertido en la infusión favorita de los árabes quienes lo tostaban en lugar de cocerlo, de Arabia se introdujo en Siria, Egipto y Nigeria, en donde se consideraba afrodisiaco, posteriormente gracias a los turcos que en una batalla abandonaron un cargamento del preciado grano frente a los muros de Viena, se introdujo en Europa, la aceptación que obtuvo hizo del café una planta exótica, frágil en el transporte y caprichosa en su aclimatación, una parte importante del valioso cargamento de los navíos que se dirigían a la conquista del nuevo mundo. Así en el continente americano su producción y consumo se expandió, hacia 1772 a Brasil, Colombia, Venezuela y México entre otros.

Desde entonces, la cultura del café en América posee una gran jerarquía, ya que más de la mitad del café que se produce en el mundo actualmente proviene de los países de este continente.

Actualmente en México, la exportación del café representa la fuente de divisas más importante después del petróleo. Como productor México posee el tercer lugar en América y el quinto en el mundo.

El cafeto es un arbusto perenne y pródigo cuya longevidad varía de 25 a 30 años. Detenido por un tronco recto y liso que, en las plantaciones puede llegar a alcanzar una

altura de tres metros enmarcado por hojas ovaladas que semejan las de un limonero o un laurel, el cafeto posee hermosas flores blancas cuyo perfume evoca el del jazmín. Su fruto es del tamaño aproximado de una uva y su pulpa protege en su interior a un par de granos que más tarde se convierten en una aromática bebida: el café.

Un clima caliente y húmedo, sin temperaturas extremas y un suelo profundo, permeable y rico en materia orgánica, son características necesarias para el cultivo del cafeto. Es por ello, un cultivo típicamente tropical cuya área se sitúa entre los trópicos.

Protegido del viento y del sol, el cafeto es plantado al abrigo de los árboles, los métodos de plantío son diversos, pero cada vez se utiliza el método de plantación de semillas en almáciga (lugar donde se siembran las semillas para después trasplantarlas). Así se obtienen plantas jóvenes de 14 a 30 cm de altura que posteriormente son replantadas en un lugar definitivo. El cafeto es un árbol relativamente frágil que requiere de extremados cuidados: entre ellos es necesario mantener una combinación balanceada de elementos naturales como el clima, la humedad de la tierra y la altura donde se cultiva. Así mismo es imperativa una minuciosa protección contra insectos, plagas, hongos, etc., pero la recompensa para estos cuidados es enorme: un fruto de color rojizo conocido como cereza que una vez realizado el proceso de despulpado y desparchado nos da por resultado una semilla que es capaz de producir una bebida con el sabor más exótico y el aroma más delicioso del mundo: el café.

PRODUCCION MUNDIAL

El café es uno de los más importantes productos dentro del mercado mundial, ya que es el segundo artículo más comercializable del mundo (el primero es el petróleo y el más exportable del mundo), y ahora en estos últimos días en que el precio del petróleo ha decaído, muchos países productores de petróleo y café han logrado estabilizar su economía en base a las exportaciones de este producto, como es el caso de algunos países Latinoamericanos como Colombia, Brasil, Honduras, etc.

La producción mundial según las cifras y estadísticas recopiladas por los órganos oficiales de estadísticas de café, los volúmenes mundiales de producción son de 91'783,000 de sacos de 60 kg.

En el ciclo de 1985 - 1986, con una producción del norte del Continente Americano de 16,257 millones de sacos de 60 kg, Sudamérica con 50,009 millones de sacos de 60 kg, es decir con un total de 66,266 millones de sacos producidos por el Continente Americano, el Continente Africano con 21,767 millones de sacos de café de 60 kg, y el Continente Asiático contribuye con 9,750 millones de sacos de 60 kg.

El país con mayor producción de café en el mundo es Brasil, su cafeto es tipo robusto y se caracteriza por su gran resistencia; pero no cuenta con la excelente calidad del cafeto árabe, que es el que se reproduce en Colombia y que por sus condiciones climatológicas; altura sobre el nivel

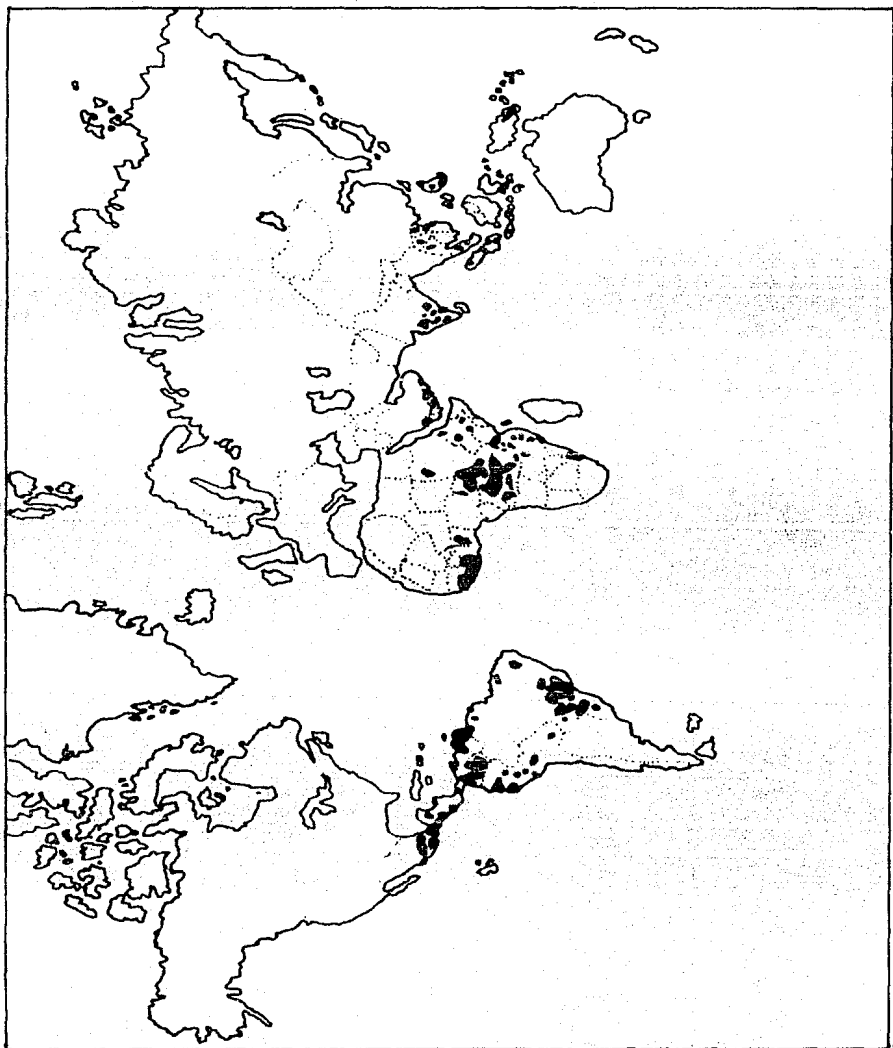
del mar, humedad, composición de la tierra, etc., ha obtenido a nivel mundial la más alta calidad.

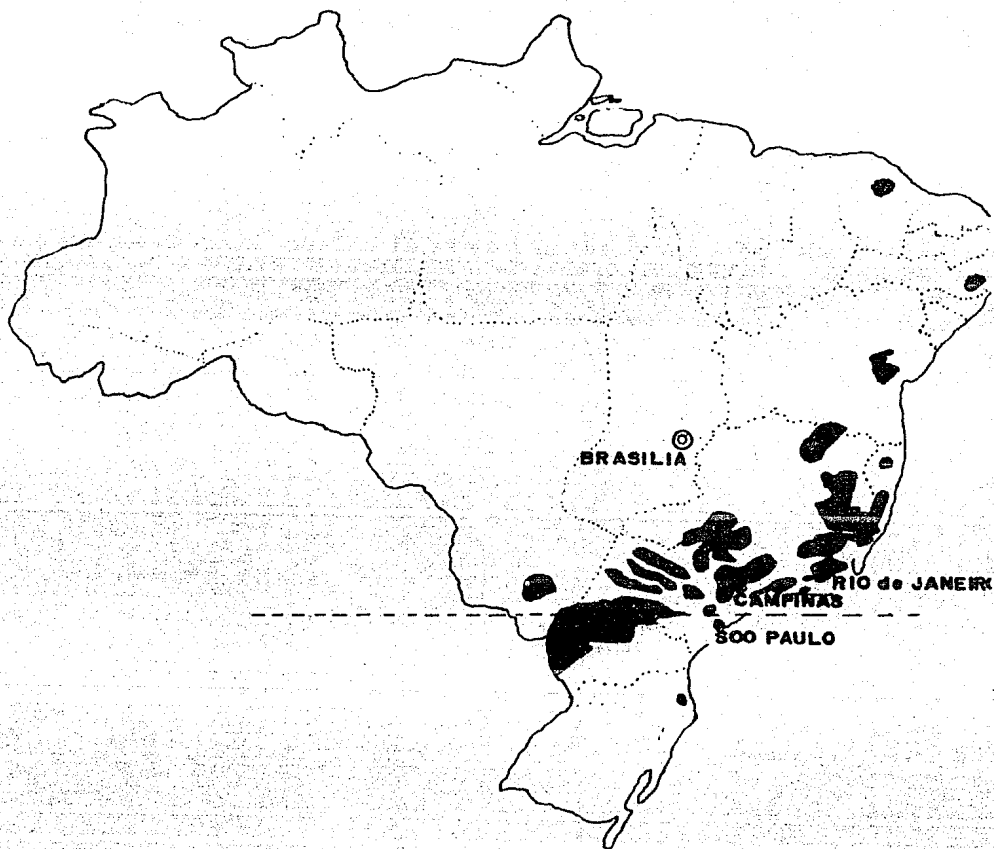
Algunos otros países de importancia en la producción del café son: Honduras, Costa Rica, Venezuela, Guatemala y desde luego México, éste último cuenta con un reconocido prestigio mundial, al igual que en Angola e Indonesia, ubicados en Africa y Asia respectivamente.

(Ver Tablas Apéndice "A").

CARTOGRAFIA DE LAS ZONAS CAFETALERAS

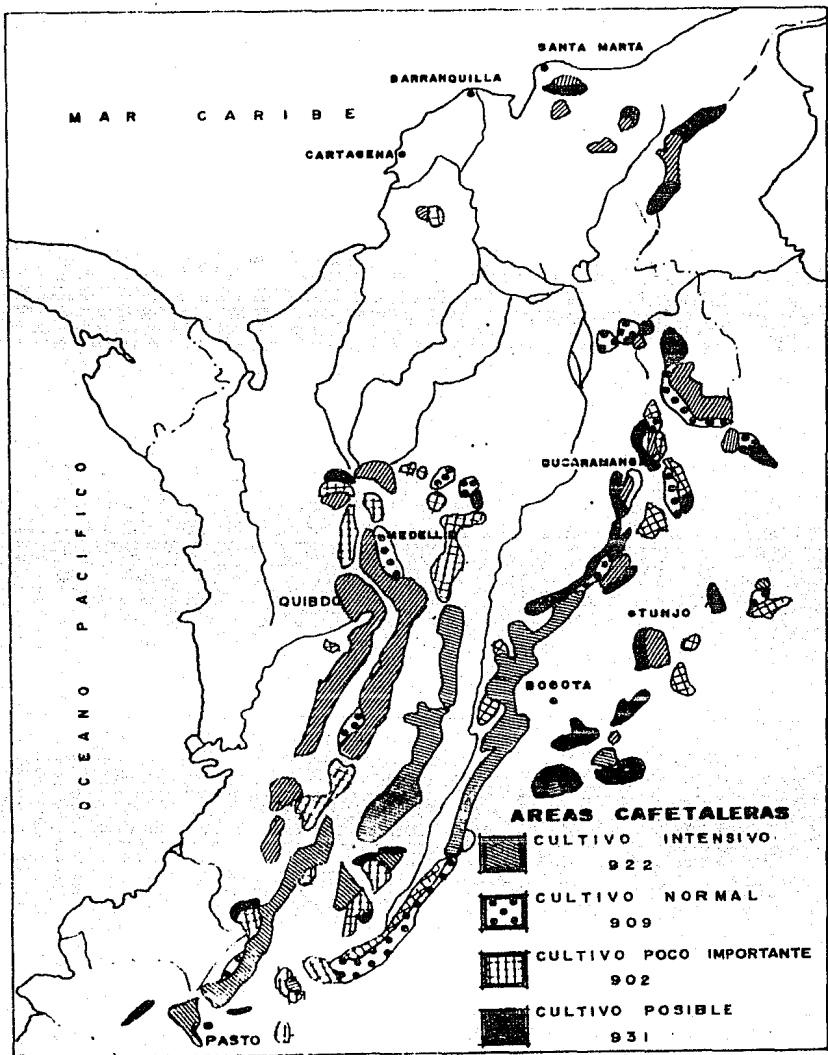
EN EL MUNDO

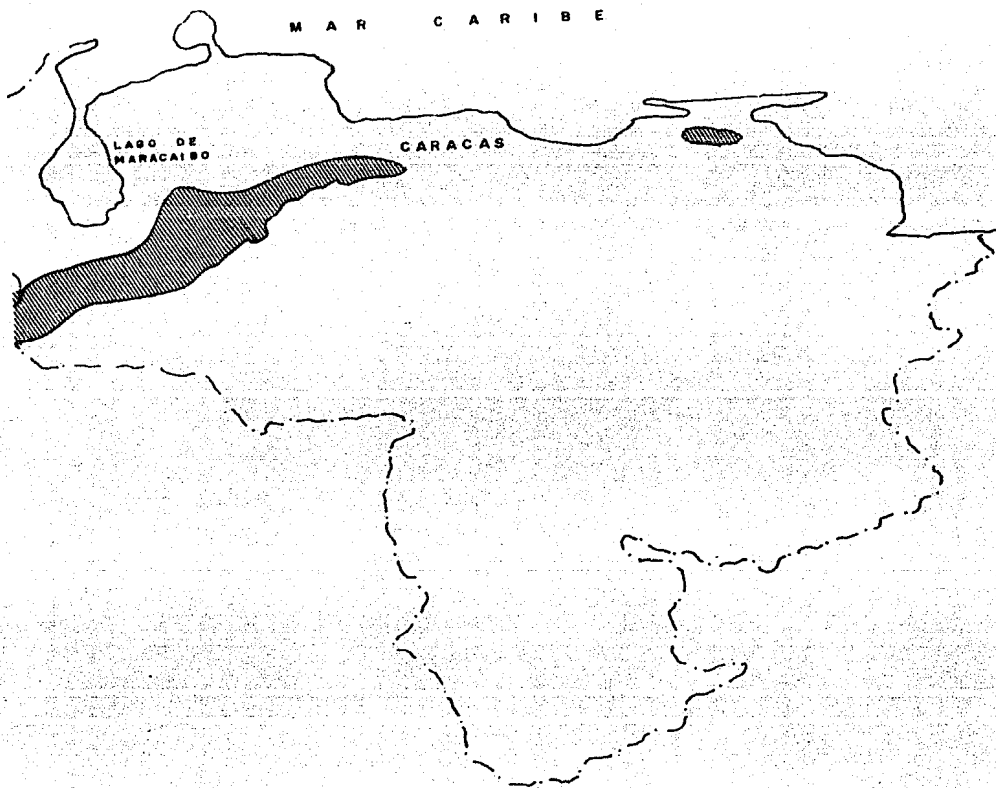




AREAS CAFETALERAS







AREAS CAFETALERAS



922

PRODUCCION NACIONAL

La producción nacional del café ha crecido de 2.0 a 3.9 millones de sacos de 60 kg entre los ciclos de 1957 - 58 y 1979 - 80, es decir, que en el transcurso de más de veinte años ha tenido una tasa de crecimiento del 3% anual acumulativo, en los últimos diez años se registró un crecimiento lento.

LOCALIZACION Y SUPERFICIE DE ZONAS CAFETALERAS

La superficie dedicada al cultivo se concentra fundamentalmente en los estados de Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla. En conjunto representan el 79.64% del total de la superficie nacional con las 419,500 hectáreas cultivadas, en donde:

CHIAPAS

Es el estado que mayor superficie dedica al cultivo, cubriendo el 33.20% del total de área nacional con 139,300 hectáreas, dadas por tres zonas de cultivo: la Cuenca del Soconusco (comprende a Cacahoatán, Tapachula y Huixtla); la Altiplanicie Chiapaneca conformada por Comitán, Chilón, Yajalón, Pantelhó, Simojovel, Tecpatán, Tapilula y Solosuchiapa; y la Región Centro integrada por Tuxtla Gutiérrez, Angel A. Carrasco y Comalapa.

VERACRUZ

Segundo lugar en superficie con 95,000 hectáreas que le

dan el 22.65% del total nacional. Sus zonas de importancia: Córdoba integrada por Huatusco, Atoyac, Zongolica, Tezonapa; Coatepec incluye Jalapa, Tlapacoya, Los Tuxtlas, Misantla y Plan de las Hayas.

OAXACA

La superficie dedicada al cultivo en este Estado son 62,500 hectáreas, considerándose 53,557 como aptas para el cultivo.

Las zonas de mayor importancia se localizan en: La Vertiente de la Sierra Madre del Sur, donde se produce el café "Pluma Hidalgo", comprende las zonas de Loxicha, el Bule, Jiquila y Tlaxiaco; entre la Región Norte que implica Huautla de Jiménez, San Jerónimo Tecoatl, Ayautla, Cuicatlán, Ixcatlán y Tuxtepec; y el Istmo de Tehuantepec.

PUEBLA

Las zonas con mayor superficie son: Villa Juárez, comprende Pahuatlán y Bienvenido de Galeana, Cuetzalan, Hueytamalco y Eloxochitlán, estas dos últimas aledañas a Veracruz.

GUERRERO

Las 25,000 hectáreas de cultivo se encuentran en la zona de Atoyac de Alvarez, el 89.47% de los suelos guerrerenses se consideran aptos para el cultivo.

HIDALGO

El 70% de la superficie total consignada para esta enti

dad se encuentra al norte del mismo, comprendiendo las zonas de Tlanchinol, Chapulhuacán, Calnali y San Bartolo Tutotepec.

SAN LUIS POTOSI

La superficie cultivada se localiza en la zona conocida como la Huasteca Potosina, integrada por las regiones de Tamazunchale y Xilitia.

NAYARIT

Las zonas de Compostela, San Blas y Jalisco.

JALISCO

La región de Talpa de Allende.

TABASCO

Las 1,700 hectáreas totales de este Estado se encuentran concentradas en el área de Teapa y Tacotalpa, Tabasco, colindantes con Chiapas.

COLIMA

Las 1,000 hectáreas se localizan en los municipios de Comala y Comaltitlán.

MICHOACAN

De las 600 hectáreas se localizan en la periferia de los municipios de Peribán, Uruapan y Ziracuaretiro.

Sobresalen los Estados de Colima y Chiapas como los de

mayor porcentaje de suelos óptimos, no así los Estados de Mi choacán y Tabasco que son de menor superficie apta y los de mayor porcentaje de suelos marginados.

VOLUMEN DE LA PRODUCCION Y RENDIMIENTO POR ESTADO

Por lo general, las mejores superficies de cultivo son las zonas de mayor volumen productivo para cualquier producto agrícola y el café no podía ser la excepción, puesto que los Estados que cuentan con una gran superficie dedicada al cultivo, aunada a condiciones ecológicas óptimas, son las que mayores volúmenes producen y los que obtienen mejores rendimientos por hectárea.

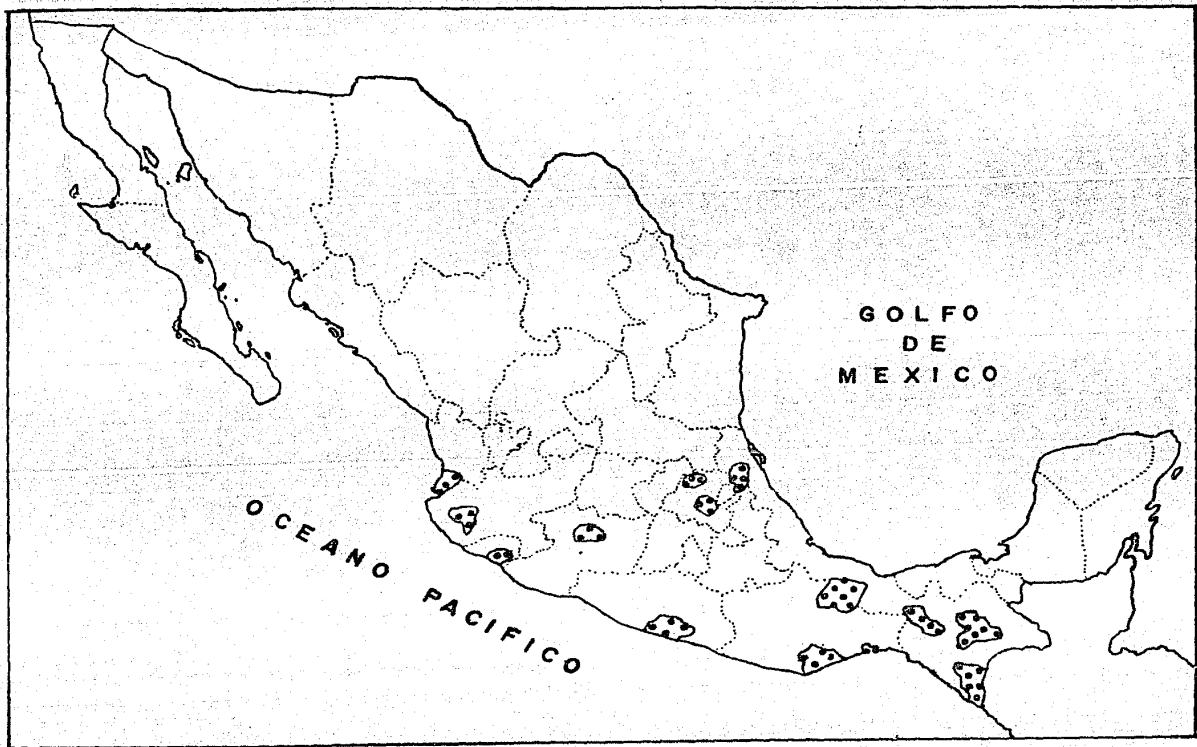
En la actualidad la producción nacional del café se con centra en cuatro Estados: Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla.

Estas entidades logran producir en conjunto café verde.

En cuanto a rendimientos se refiere, las siguientes cin co entidades son las que sobresalieron del resto por sus altos índices de rendimiento por hectárea: Chiapas, Veracruz, Puebla, Nayarit y Guerrero, pues lograron un rendimiento en sacos por hectárea de: 11.67, 11.00, 8.92, 7.39 y 6.40 respectivamente, destacando el rendimiento logrado por Chiapas.

El promedio de rendimiento de café nacional para el ciclo 1979 - 80 fué de 9.29 sacos de 60 kg. por hectárea.

Lo más sobresaliente que se puede observar es que se obtienen en aquellas plantaciones mayores de 50 hectáreas, las cuales tienen posibilidad de realizar una más eficaz com binación de los recursos productivos de que disponen como son el agua, tierra, capital, mano de obra, crédito y asistencia técnica. (Ver apéndice "B").



IMPORTANCIA DEL CAFE EN LA
ECONOMIA NACIONAL

Podemos señalar que la importancia económica y social que guarda el café para el crecimiento de la economía nacional en el año de 1987, está representada según el INMECAFE por:

1. La cafeticultura aporta el 14.9% del valor total de la producción agrícola.
2. Existen 119,500 productores de café.
3. Genera empleo a 350,000 cosecheros.
4. Significó el 12.4, 11.5 y 7.3% del valor de las exportaciones totales en 1976, 1977 y 1978, respectivamente.
5. Con respecto a las exportaciones de productos agrícolas, su participación fué del 44.7, 47.0 y 38.2% en los mismos años.
6. Aproximadamente intervienen en la cafeticultura o tienen algo que ver con el café dos millones de mexicanos, equivalentes al 10% de la población rural del país.
7. Ocupa el primer lugar como generador de divisas agrícolas y el segundo lugar en la balanza después del petróleo.

El café como producto agrícola es muy importante para la economía nacional principalmente por ser el mayor generador de divisas, en el renglón agropecuario, dentro de la Balanza Comercial ocupa el segundo lugar solamente superado por el petróleo, es importante para todos aquellos sectores que intervienen directa o indirectamente en el ciclo que va

desde su cultivo hasta su consumo.

VALOR DE LA PRODUCCION

Es a partir de 1976 que el valor de la producción logra un ascenso bastante significativo, ya que anteriormente y desde 1970, tanto los precios nacionales como internacionales guardaban un ascenso moderado, pero que a raíz de la catástrofe brasileña en 1975 presentaron recuperaciones serias para 1976, como puede verse en él.

El crecimiento del valor de la producción de 1975 a 1976 fué del 215%, lo que da una idea más clara del aumento brusco de los precios internacionales, que significaron lógicamente consecuencias internas en los precios medios rurales calculados por toneladas.

Los precios internos promedio de compra directa al campo de 1969 a 1975, mantenían un ritmo ligeramente ascendente del 20% en promedio anual, logrando para 1976 - 77 un incremento del 218 para el kilo de café cereza, para un quintal de café pergamino correspondió un incremento del 213 para el mismo ciclo.

Por lo contrario y como se esperaba, para 1977 - 78 los precios tanto nacionales como internacionales tuvieron un descenso contínuo, para 1976 - 77 el kilo de café cereza tenía un precio de compra de \$9.70, para 1977 - 78 el precio de compra había descendido a \$9.22 y para fines del mismo ciclo ya se cotizaba a \$9.00, para 1978 - 79 el panorama se volvía más crítico aún, el mismo kilo de café cereza valía ahora

\$8.55, es decir tuvo un descenso de 7.26%, en 1979 - 80 la situación se había compuesto, pues el kilo de café cereza se cotizó a razón de \$11.01, es decir aumentó un 28.77% para el presente año.

De igual forma sucedió con el quintal de café pergamino calidad de exportación, ya que su precio se desplomó de tal manera que el precio mínimo de compra fijada bajo de los \$150.00 Dlls.

Para mediados del ciclo 1979 - 80 el quintal de pergamino se incrementó en 21.83% más que el anterior ciclo.

DEMANDA INTERNA

A excepción de los años de 1963 y 1968 en los que se realizaron encuestas de gastos e ingresos familiares por parte del Banco de México, S.A., y de la Secretaría de la Presidencia, no existen actualmente datos que permitan tener cierta confiabilidad para estimar el consumo real de café.

Este hecho limita las posibilidades de un análisis efectivo, pues a pesar de existir estadísticas y algunos estudios, la variación y ocultación de datos por empresas industrializadoras sobre el consumo de café tostado, molido y soluble es cada vez mayor, llegando inclusive a mal informar a la Secretaría de Comercio, manteniéndose incuantificable la adulteración de café.

Sin embargo, es posible apoyarse en las encuestas arriba mencionadas para hacer algunas estimaciones o analizar estadísticas elaboradas por diferentes organizaciones dedicadas

al comercio del café.

Aparentemente, la tendencia del consumo doméstico de café ha sido positiva a partir de los 60's. Se puede atribuir a la duplicación de la población, a la urbanización con centrada, así como a los constantes incrementos.

Además, hay que tomar en consideración que las industrias de tostado, han estado libres de toda competencia exterior desde que fueron prohibidas las importaciones por el gobierno mexicano.

En los inicios de los 70's, cuando los precios eran bajos y las reservas grandes, el gobierno prohibió las adulteraciones para disminuir existencias; pero durante el aumento de los precios en 1975 la adulteración del café destinado para el consumo doméstico aumentó y por un tiempo el café no estuvo disponible para los consumidores urbanos, pues los ex portadores tomaron ventaja del récord en los precios internacionales.

Para 1977 el gobierno implantó la política comercial de retener un saco de café para consumo doméstico (de precio bajo), por cada dos exportados, con el propósito de asegurar el mercado interno.

Recientemente la Confederación Mexicana de Productores de Café pidió y obtuvo del gobierno que descartara el Plan de la Reserva Nacional para Consumo Doméstico.

VOLUMEN DE LA DEMANDA

La producción en 1963 de café verde fué de 2'202,000

sacos de 60 kg, con una existencia inicial de 87,569 sacos, lo que nos da una disponibilidad total de 2'289,569.

Se exportaron 1'232,006 registrándose un saldo final de 107,648 sacos, es decir, la demanda nacional fué de 949,915 sacos, en tanto el consumo interno alcanzó la cifra de ----- 3'032,800 sacos convertidos en café verde.

En 1968 la producción fué de 2'900,000 con una existencia inicial de 394,878 sacos y una disponibilidad real de -- 3'294,878 de donde se destinaron a la exportación 1'443,969 registrándose un saldo final de 450,910, o sea, que la demanda nacional fué de 1'399,999 siendo que el consumo interno destinó 4'560,260 sacos convertidos a café verde.

En 1963 la oferta total de 2'289,569 sacos, fué insuficiente, por lo tanto la adulteración a nivel nacional fué del 69.21% en los cafés tostados y el 59.3% en los solubles.

En 1968 la situación fué similar, el déficit de la oferta total ante la demanda total fué insuficiente por 2'709,352.

La diferencia de la demanda interna (1'399,999) con el consumo interno (4'560,260) de 3'160,261 nos permite cuantificar el 67.46% de adulterantes en el café tostado y el ---- 82.53% en el soluble.

El elevado volumen del consumo interno permite explicar los altos grados de adulteración.

La oferta está determinada por los bajos niveles de producción, por hectáreas de las áreas cafetaleras, en primer lugar.

El precio nacional es realmente bajo.

El consumidor final no tomaría café 100% puro, puesto que tiene muy arraigado el sabor del café compuesto, en su mayoría por adulterantes.

El café en el mercado mundial es altamente estimulativo al productor, pues a pesar de que el café tipo exportación exige más requisitos de calidad, el cafeticultor tiene más esmero en su producción para poderla colocar en el exterior y obtener mejores ingresos.

En el ciclo 1977 - 78 el volumen destinado al consumo doméstico sin incluir adulterantes, se estimó en 1.6 millones de sacos, representado el 44% de la producción total.

En los períodos de 1974 - 75 y 1975 - 76 por las heladas registradas en Brasil, siendo estos períodos en los que hubo mayor grado de adulteración en los cafés de consumo nacional.

CONSUMO PER CAPITA

En términos relativos podemos decir que la tasa más baja de crecimiento del consumo per cápita corresponde al sector de la población de menor ingreso personal y al ser éste mayoritario determina una concentración en el ascenso de la tasa nacional, porque los estratos poblacionales medios y altos actúan en sentido contrario.

Por otra parte, es preciso acentuar que la tasa de incrementos per cápita es sustancialmente representativa de la demanda de café soluble, tostado y molido, y que no considera calidades de café.

Sin embargo, se sabe que el mayor volumen de consumo

interno es de los cafés molidos y tostados, pero no es difícil que a mediano plazo el consumo de café soluble rebase la demanda de los cafés tostados y molidos por su facilidad en la compra y en su preparación más no por su precio o calidad.

La tasa anual de crecimiento del consumo per cápita aparentemente durante los años de 1976 a fines de 1978 se vió disminuida por efectos de la helada brasileña de 1975, siendo estos años en los que se utilizó un mayor porcentaje de adulterantes para tratar de cubrir la demanda interna.

En lo que se refiere a los demás ciclos, se ha marcado ligeramente un pequeño descenso en el consumo individual, pero éste no es representativo puesto que se tiene conocimiento de que el consumo de café ha venido incrementándose y que el consumo anual per cápita es actualmetne de 2.60 kg, (se incluye adulterantes en un 65%).

REGULARIZACION DE EXPORTACIONES

Los países exportadores como los importadores, quedaron comprometidos a la observancia rigurosa de las obligaciones y disposiciones que emanen de dicho convenio.

Para los países exportadores los puntos son:

- a) Se comprometen a no adoptar medida que permita vender café a países no miembros en condiciones comerciales más favorables que a los países miembros importadores.
- b) Cada miembro exportador tendrá como cuota básica el volumen promedio de las exportaciones anuales.
- c) A países miembros exportadores se les asignó una cuota básica.

REGULARIZACION DE IMPORTACIONES

La regularización de las importaciones de los países miembros:

- a) Cada miembro limitará sus importaciones anuales de café procedente de países no miembros.
- b) Tanto miembros importadores como exportadores, se comprometerán a fomentar por todos los medios posibles el consumo del café.

A continuación mencionamos algunos de los productos petroleros y no petroleros que más exporta la República Mexicana:

1. Petróleo.
 2. Café verde.
 3. Camarón.
 4. Azúcar.
 5. Alcoholes.
 6. Plata.
 7. Zinc.
 8. Plátanos.
 9. Artesanías.
 10. Ganadería.
 11. Industria Automotriz.
- (Ver apéndice "C").

LAS CUATRO "P" DE MERCADOTECNIA.

LAS CUATRO "P" DE MERCADOTECNIA

Podríamos decir que la mercadotecnia es la técnica en que se analizan, organizan, planean y se controlan los recursos, políticas y actividades de la empresa que afecten al cliente, con vista a satisfacer las necesidades y deseos de los grupos escogidos de él y obteniendo con ello una utilidad.

Pero de todas las variables de la mercadotecnia encontramos en ésta algunas que pueden influir en las ventas potenciales de un producto en mayor o menor escala; con esto nos queremos referir especialmente a cuatro de estas variables de las que los economistas y mercadólogos profesionales más atención han puesto y son:

Las llamadas cuatro "P" de mercadotecnia, por ser de gran importancia dentro de la planeación de venta del producto que intentemos comercializar, siendo éstas el precio, la plaza, el producto y la promoción, que nos darán una idea del comportamiento del consumidor y de sus necesidades, pronosticando el desplazamiento de nuestro producto dentro del mercado, y esto es necesario para saber qué políticas de ventas vamos a utilizar, ya que mientras más ventas existan, mayores serán los beneficios. Las ventas generan utilidades y las utilidades generan beneficios para la compañía y los empleados, así como también fuentes de trabajo, y éstas a su vez generan bienestar social.

Por estas razones creemos que es conveniente realizar un estudio sobre el precio, la plaza, el producto y la promoción.

LAS "P" DE MERCADOTECNIA APLICADAS A UN TOSTADOR DE CAFELAS CUATRO "P" DE MERCADOTECNIA

- 1) PRECIO
- 2) PRODUCTO
- 3) PROMOCION
- 4) PLAZA

1) PRECIO: Es el valor en que se estima algo. El primer estudio que debe elaborarse es sobre el precio a que el producto pueda venderse. Para fijarlo se debe hacer un estudio de los siguientes puntos:

- A) Costos de producción.
- B) Limitaciones legales.
- C) Competencia.
- D) Punto de equilibrio.
- E) Oferta y demanda.

A) COSTOS DE PRODUCCION: Es necesario determinar el costo de cada unidad del producto.

- Renta, no hay local propio.

- Materia prima:

Desmanches	—— 1400.00 kg al 70% = 980	Vendiendo
Naturales	—— 1600.00 kg al 30% = 480	1 tonelada
Merma	———— 20% = 292	mensual
Bolsas	10 c/u	Total = 1752.00
Mano de obra	Salarios (Tiempo completo)	Total = 10.00
	100,000.00 = 100 por kg.	

Producción	(Medio tiempo)	
	60,000.00 = 60 por kg.	Total = 160.00
Costo de Venta (Salario)		
	100,000.00 = 100 por kg.	Total = 100.00
Costo de Administración y contabilidad		
	(Contador 34,000.00)	
	(Gerente 200,000.00)	Total = 234.00
		Total de gastos fijos = <u>2256.00</u>
Gas	= 102.00 kg. una tostada de café de 15 kg. merma el 20% = 12 kg. = 102 entre 12 = 8.5	Total = 8.50
Luz	= 5000.00 mensuales entre 1000 kg. de producción = 5 por kg.	Total = 5.00
Teléfono	= 20,000.00 al mes entre 1000 kg. de producción = 20 por kg.	Total = 20.00
		Total de gastos variables = <u>34.00</u>

Nuestro precio a 2,850.00 kg.

El costo de producción es de \$2,289.5 = \$2,290.00

(Cerramos decimales a la unidad siguiente) por kg. antes de impuesto, es decir una utilidad de \$560.00 antes de impuesto \$560.00 = 24.4%.

B) LIMITACIONES LEGALES: De acuerdo al oficio 647 de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, expedido el 13 de febrero del año en curso, el precio oficial del café 100% puro es de \$3,679.00.

C) **COMPETENCIA:** Es cuando dos ó más empresas ofrecen un mismo producto creándose entre éstas el fenómeno económico llamado competencia, esta competencia puede ser perfecta, im perfecta ó monopolio. En el primer caso las empresas no influyen en el precio, en el segundo caso sí pueden influir en el precio del producto y, en el tercer caso el empresario fija el precio con las limitaciones que impone el Estado.

LISTADO DE LA COMPETENCIA:

Café Coatepec	\$3,300.00
Café Continental	\$3,299.00
Café Hawaii	\$3,200.00
Café Vallejo	\$3,350.00
Café de Veracruz	\$3,300.00
Café do Brasil	\$3,600.00
Café Siboney	\$3,400.00
Café Villarias	\$3,400.00
Café Tosticafé	
de Gigante	\$3,250.00
Cafemex	\$3,300.00

Considerando que si nosotros ofrecemos nuestro producto a \$2,850.00, estaremos dentro de un precio que ya nos ofrece una utilidad, aparte de un precio bastante competitivo.

D) **PUNTO DE EQUILIBRIO:** Muchos tratadistas lo consideran como el instrumento más poderoso de control económico, a través del cual se determina el lugar preciso en donde la empresa ni obtiene pérdida, ni obtiene utilidades, como lo presentamos en este estudio.

PUNTO DE EQUILIBRIO CON VENTAS DE 468 KG. MENSUALES:

Desmanches (1,400 kg.) al 70%	- - - - -	980
Naturales (1,600 kg.) al 30%	- - - - -	480
Merma del 20%	- - - - -	292
Bolsa 10 c/u	- - - - -	10
Mano de obra (160,000)	- - - - -	333
Gasto de ventas (100,000)	- - - - -	208
Gastos Admón. (234,000)	- - - - -	488
Gas 9 kg.	- - - - -	9
Luz (5,000 al mes)	- - - - -	10
Teléfono (20,000)	- - - - -	40
Total	- - - - -	2,850

Es decir, con ventas mensuales de 468 kg. mensuales la empresa ni obtiene utilidad ni pérdida.

FORMULA PARA SACAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO:

$$Pe = \frac{\text{Gastos Fijos}}{1 - \frac{\text{Gastos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

GASTOS FIJOS SON:

\$160,000.00 mano de obra

\$100,000.00 gastos de ventas

\$234,000.00 gastos de administración y contabilidad

Dándonos todos los GASTOS FIJOS un TOTAL de \$494,000.00, y a éstos se les considera gastos fijos porque produzca ó no, venda ó no, de todos modos estos gastos los seguiré teniendo.

GASTOS VARIABLES:

\$1'752,000.00 materia prima
 \$10,000.00 bolsa para empacar
 \$8,500.00 consumo de gas para tostar café
 \$5,000.00 consumo de luz para moler café
 \$20,000.00 gastos de teléfono

Dándonos todos los GASTOS VARIABLES un TOTAL de \$1'795,000.00, y a éstos se les considera gastos variables, porque si no se produce o vende, no se recurre a ninguno de estos gastos.

VENTAS:

Las ventas son de 1000 kg. mensuales, pero como no podemos substituir en la fórmula la cantidad de 1000 kg. que vendemos, por la razón de que no podemos mezclar pesos (es en lo que está cuantificado los gastos variables y los gastos fijos), con kilogramos, tendremos que substituir las ventas a pesos. Si el precio de venta es de \$2,850.00 por kg. y nuestras ventas son 1000 kg. entonces $1000 \times 2,850.00 =$
 $= \$2'850,000.00.$

SUBSTITUCION:

$$GF = 494,000.00$$

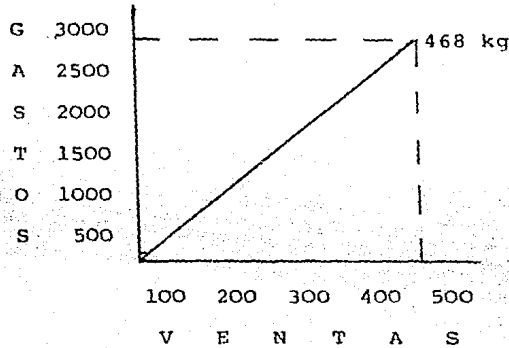
$$GV = 1'795,500.00$$

$$V = 2'850,000.00$$

$$Pe = ?$$

$$Pe = \frac{494,000.00}{1 - \frac{1'795,000.00}{2'850,000.00}} = \frac{494,000.00}{1 - 0.63} = \frac{494,000.00}{0.37} = \underline{468}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO = 468



E) OFERTA Y DEMANDA: Es necesario conocer la oferta que existe y la demanda que se puede tener.

La demanda puede ser:

- a) Elástica
 - b) Intermedia
 - c) Inelástica
- a) ELASTICA: es cuando se disminuye el precio, y aumenta la demanda.
 - b) INTERMEDIA: es cuando se baja el precio de un artículo, aumenta la demanda sin aumentar ni disminuir el ingreso total.
 - c) INELASTICA: es aquella, que al bajar el precio de un artículo se aumenta demanda, disminuyendo el ingreso total.

En el caso del café, la oferta y la demanda es elástica ya que si el precio del producto baja, la demanda será mucho mayor.

2) PRODUCTO: Este deberá ser realizado de acuerdo a los deseos y necesidades del consumidor dentro del producto, no solamente interviene el artículo que se desea comercializar, también interviene lo que es:

- A) MARCA
- B) ENVASE
- C) EMPAQUE
- D) ETIQUETA O LOGOTIPO
- E) PROPIEDADES DEL PRODUCTO: AROMA, SABOR Y COLOR
- F) VIDA DEL PRODUCTO

A) MARCA: es un símbolo para que el consumidor identifique nuestro producto, de poderlo distinguir del de la competencia, así como ayudarlo a crear una imagen además de darle publicidad.

En nuestro caso, la marca que decidimos ponerla a nuestro producto es "CAFE SELECTO", ya que el nombre es fácil de recordar. La palabra "selecto" se asocia con buena calidad, que es seleccionado. Además de haber investigado en la SECOFI que ninguna otra compañía esté utilizando el mismo registro de marca.

B) ENVASE: en muchos casos el envase es un factor de venta muy importante en un producto. El envase lo definimos como cualquier material que encierra a un producto, y que no forma una parte integral del mismo. Las características del envase deben ser: económico, atractivo y que se adapte al artículo o producto; en nuestro caso, el café es envasado en bolsa de polietileno por las siguientes razones:

- conservar el aroma del producto
- mantener condiciones higiénicas
- para protegerlo
- distinguirlo de otros productos
- permitir la impresión del logotipo
- facilitar su manejo
- prevenir adulteración del producto

Decidimos que el envase adecuado sería una bolsa de polietileno por su gran resistencia al manejo y por su sellado, evitando que el producto pierda su aroma. La presentación es en bolsa de un kg., transparente para que el consumidor pueda apreciar el producto.

Además, el envase tiene nuestros datos para que el consumidor esté enterado de quién es el fabricante y los datos de éste, así como la cantidad que contiene (1 kg.), esto es por disposición de la SECOFI.

C) EMPAQUE: relacionado con el estudio del envase, puede ser de cualquier material, cosa con ó sin envase y que guarda un artículo con el fin de facilitar su entrega a la clientela.

El empaque debe ser ligero y económico, en nuestro caso utilizamos cajas de cartón con capacidad para 20 kg., selladas con papel engomado y el logotipo impreso en la caja.

D) ETIQUETA O LOGOTIPO: junto con el estudio del envase y empaque, la etiqueta es un papel, pedazo de metal o cualquier material fijado a un envase, pero en este caso nosotros utilizamos un logotipo impreso sobre nuestro envase,

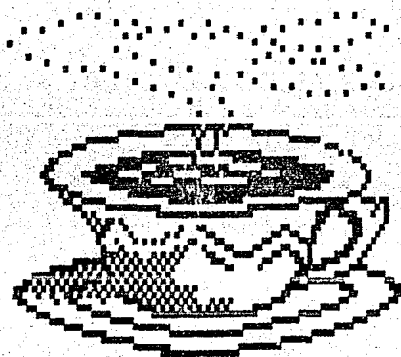
teniendo la característica de ser indeleble y con la siguiente leyenda: "PROCESARODA DE CAFE SELECTO, S.A. DE C.V." por el frente, junto con el logotipo, el cual representa UNA TAZA DE CAFE HUMEANTE Y TRES GRANOS DE CAFE DEL TIPO PLANCHUELA, y por la parte posterior los datos del fabricante, como son: dirección (LOPEZ COTILLA Nº 848), código postal (03100), teléfono (687 15 57), CAFE 100% PURO, y la medida de contenido neto (1 KG.), así como registro federal de causante, registro S.S.A. y número de Canacintra.

Las características de la etiqueta o logotipo sirven para identificar el producto, proporcionan contenido e ingredientes del producto, registros de las autoridades correspondientes además de llamar la atención del consumidor.

E) PROPIEDADES DEL PRODUCTO: el color que tiene nuestro producto es café claro, ya que un buen café puro no debe de pintar (el café que pinta es aquel que contiene mezcla de azúcar).

Aroma: el café tiene la propiedad de ser bastante aromático, pero después de los treinta días de tostado y molido, empieza a perder esta propiedad (estando envasado pierde el aroma mucho después).

Sabor: agradable al paladar de la mayoría de la población (suigeneris), y su composición es la siguiente: agua 10.7%, sustancias nitrogenadas 12.6%, cafeína 1%, ácidos grasos superiores 0.3%, extracto eterio 11.8%, azúcar 7.6%, ácido tánico y cafetánico 9.0%, nitrógeno 20%, celulosa 24%, ceniza 3%.



cafe selecto

A estos componentes se debe que el sabor sea amargo, mezclado con cierta ligera acidez al final de saborcarlo.

F) VIDA DEL PRODUCTO: todo producto tiene con el tiempo un deterioro, y si se encuentra a la intemperie pierde sus propiedades aproximadamente en un lapso de tres meses (aproximadamente) ya que sus propiedades como aroma y sabor varían un poco, pero de ninguna manera es dañino al ingerirlo.

3) PROMOCION: Es estimular las ventas dirigiendo comunicaciones persuasivas a los consumidores o compradores. Por lo general la promoción se subdivide o se comprende en:

- A) Publicidad
- B) Venta personal
- C) Promoción de ventas
- D) Publicidad no pagada

A) PUBLICIDAD: cualquier forma de presentación y promoción impersonal de ideas, artículos o servicios, por un patrocinador identificado. En nuestro caso no hemos recurrido a este inciso debido a que somos una pequeña empresa que no podría sufragar gastos pagados, así como surtir una gran demanda.

B) VENTA PERSONAL: presentación oral en una conversación con uno ó más compradores con el fin de lograr ventas, este capítulo es al que hemos recurrido con mayor frecuencia, nuestra forma de trabajo es entrevistándose con el Gerente de Compras de alimentos y bebidas, dejando una muestra del

producto de 250 gramos para su catación y su aceptación o rechazo en su caso, además de dejar el precio y las condiciones de venta (crédito a 8, 15 ó 30 días).

C) PROMOCION DE VENTAS: actividades de mercadotecnia distintas a la venta personal, la publicidad y la publicidad no pagada que estimulan la compra por el consumidor y la efectividad del comerciante, tales como: exhibidores, aparadores, exposiciones, demostraciones y diversos esfuerzos de venta no recurrentes, fuera de la rutina ordinaria. De esta técnica sólo hemos utilizado algunos puntos como demostraciones de preparación del producto en las cafeteras de filtros de paño o percoladores, estas demostraciones se hacen físicamente, así como también la repartición de un manual de cómo elaborar el café en las cafeteras y qué es lo que se debe hacer y qué no se debe hacer.

PROCESADORA DE CAFE SELECTO, S.A. DE C.V.

Sugestiones útiles para prepara un buen café tipo americano.
(Para percoladora de cualquier capacidad):

- 1) Conserve perfectamente limpia su cafetera, antes de usar enjuáguela con agua caliente. Después de cada uso, lávela cuidadosamente sin utilizar jabón o detergente; enjuáguela con agua caliente y séquela.
- 2) Utilice café puro y fresco, compre la cantidad de café que necesite para una semana, ya sea de lata o paquete y vaciándolo en un recipiente con tapa, para conservar su aroma y evitar enranciamientos, después de dos semanas se afectan aroma y sabor.

3) También el agua es importante, para obtener mejores resultados use agua pura. El agua con sabor a cloro afecta la calidad de la bebida. La temperatura del agua, debe hervir entre los 90 y los 110 grados centígrados para que el café tenga buen aroma y sabor, de no tener la temperatura adecuada el café no tendrá sus características de una buena taza de café.

4) Indicaciones para un buen sabor de su café: tener cuidado de esparcir uniformemente el café sobre el filtro, verter el agua sobre el café tratando de que el agua fusione todo el café; ya que si el agua se aplica sobre un sólo punto, éste saldría flojo y sin aroma.

5) Quitar portafiltro, para evitar que el café se amargue es necesario retirar el portafiltro que sostiene el café ya pasado por fusión, para evitar que escurran los extractos del café y lo amarguen, una vez retirado el portafiltro es necesario sacar dos medidas del café ya preparadas y verterlas sobre la cafetera (sin el portafiltro y mantener la cafetera siempre tapada después de terminar su preparación) esto se hace con el fin de uniformar el sabor de la bebida.

6) El café nunca debe de hervir, cuando el café se deja hervir adquiere un sabor desagradable.

7) Es conveniente que utilice toda la capacidad de su cafetera, si desea preparar menor cantidad, emplee una cafetera más pequeña, en ningún caso use su cafetera a menos de 2/3 partes de su capacidad.

8) Es importante el tiempo, obedezca cuidadosamente las instrucciones respecto al tiempo de su cafetera, después que

usted encuentre el tiempo exacto que necesita para obtener los mejores resultados, apéguese a él para lograr una bebida uniforme. Además tome en consideración que el grado de molienda del café (fino, delgado y grueso) tiene relación con el tiempo que va a tener contacto con el agua para su preparación, mientras menor sea el tiempo de contacto, más fino debe ser el molido; si el grano es muy grueso y el agua o vapor pasa rápidamente, la infusión queda muy ligera, sin sabor ni aroma.

9) Sirva el café inmediatamente después de prepararlo, el café recién preparado sabe mejor, si no lo puede servir de inmediato coloque su cafetera en un recipiente con agua caliente (baño María) o a fuego muy lento; para mantenerlo a la temperatura a que debe servirse.

10) Un kg. de café 100% puro rinde de 80 a 100 tazas de café (aproximadamente 10 gramos por taza o un kg. por 18 a 20 litros de agua).

NOTA: taza de agua = 150 centímetros cúbicos.

D) PUBLICIDAD NO PAGADA: estímulo impersonal de la demanda de un producto, un servicio o una empresa, haciendo aparecer gacetillas de noticia del significado comercial acerca de los mismos. Es un medio impreso o bien obtener presentación favorable de ellos, en la radio, T.V., ó el escenario que no ha pagado el patrocinador, este medio aún no ha sido necesario utilizarlo, ya que no contamos con los recursos económicos ni materiales para sufragar un gasto de este tipo, así como tampoco contamos con la productividad suficiente para cubrir grandes demandas.

4) PLAZA: Es la región en la cual queremos comercializar nuestro producto y se compone de:

- A) Mercado
- B) Canales de distribución
- C) Segmentación del mercado

A) MERCADO: lugar donde ofertantes y demandantes se reúnen para realizar ventas y compras de ciertos artículos y servicios específicos, en este caso el mercado en el que nos desenvolvemos es la zona metropolitana del Distrito Federal que comprende 16 delegaciones, de las cuales solamente abarcamos las delegaciones de Benito Juárez, Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Alvaro Obregón, Coyoacán y Tlalpan, es decir, la zona sur del D. F., siendo catalogado nuestro mercado como regional.

B) CANALES DE DISTRIBUCION: se deben buscar medios de distribución para los productos de la empresa y se les define a los canales de distribución como los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible.

Se conocen cuatro canales:

- a) Productor
- b) Mayorista
- c) Minorista
- d) Consumidor

No siempre tienen que usarse los cuatro canales, y así pueden escogerse las siguientes formas de hacer llegar el

producto al consumidor:

- Del productor al mayorista, del mayorista al minorista, del minorista al consumidor.
- Del productor al consumidor.
- Del productor al mayorista y de éste al consumidor.
- Del productor al minorista y de éste al consumidor.

A continuación definiremos los canales:

- a) PRODUCTOR: es aquel que elabora el producto.
- b) MAYORISTA: generalmente empresas grandes con capital elevado y pueden mantener gran cantidad de mercancía en su almacén, tienen fuerza de ventas y publicidad, teniendo capacidad para dar créditos.
- c) MINORISTAS: generalmente empresas pequeñas sin grandes recursos económicos, no pueden otorgar créditos y mantienen limitadas existencias de mercancías (este es nuestro caso).
- d) CONSUMIDOR: es aquel que hace uso del producto o servicio.

En nuestro caso somos minoristas, ya que el productor nos surte el café verde procedente del Estado de Chiapas y nosotros lo tostamos, molemos, envasamos y comercializamos, haciéndolo llegar al consumidor.

C) SEGMENTACION DE MERCADO: en vista de nuestra pequeña capacidad de producción, así como de nuestro transporte para surtir café, hemos decidido abarcar un mercado regional o local segmentando el mercado.

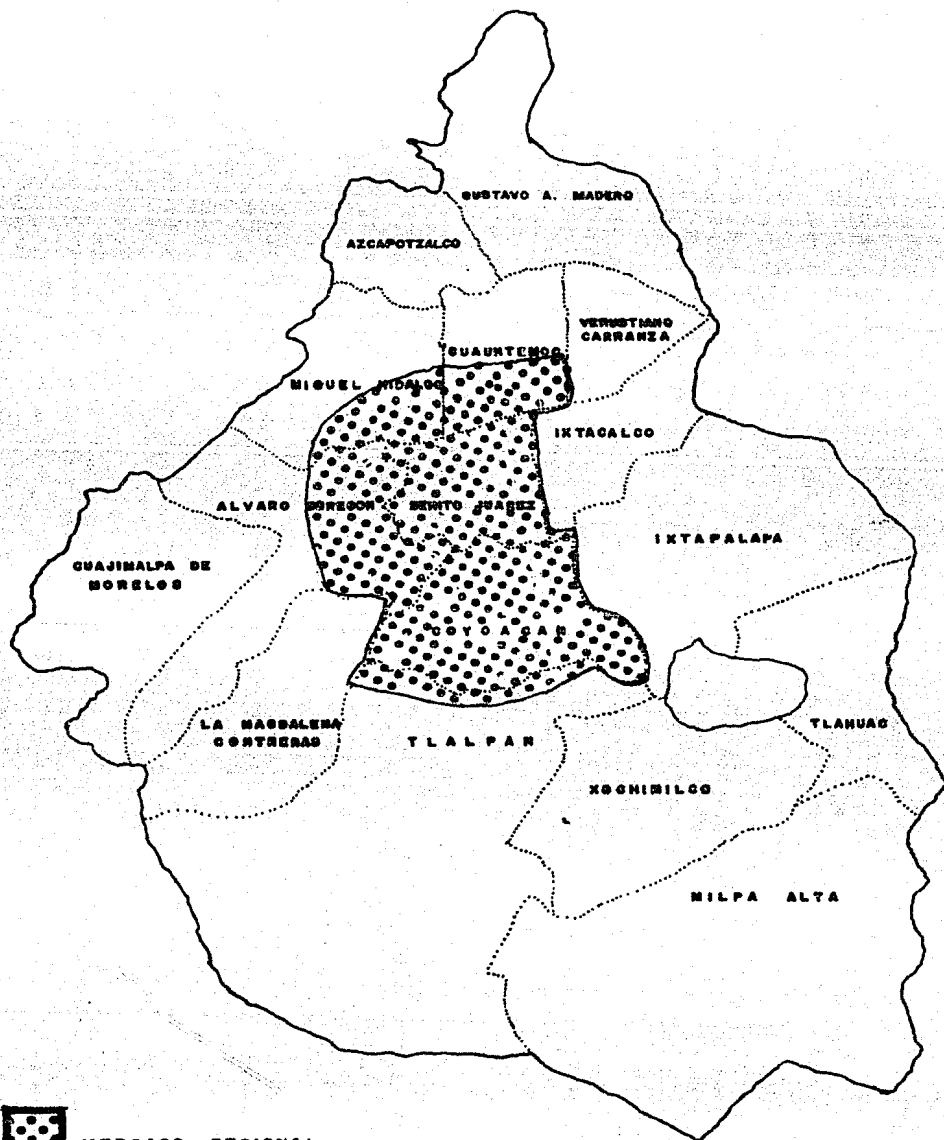
La población es de aproximadamente 20'000,000 de habitantes del D. F., por lo que hemos decidido segmentar nuestro mercado en ventas a mayoreo, esto es canalizar nuestro

producto a través de la industria restaurantera y hotelera. De acuerdo con los datos de la Secretaría de Turismo en el D. F., se encuentran 1,572 restaurantes registrados en sus archivos (independientes) y 563 hoteles con 251 restaurantes, es decir, en total el mercado capitalino es de 1,823 restaurantes (son los restaurantes registrados en SECTUR, tal vez existan más, de menor categoría, pero el mercado que pretendemos abarcar no es popular), de los cuales, dentro de nuestra área se encuentran 1,276 restaurantes aproximadamente, repartidos de la siguiente manera: (*)

Benito Juárez	325
Coyoacán	214
Tlalpan	127
Miguel Hidalgo	402
Cuauhtémoc	75
Alvaro Obregón	133

NOTA: No deseamos vender por el momento a los supermercados ya que las condiciones de crédito son a 90 días, además de que los precios son castigados y no es conveniente para la empresa, por eso realizamos una segmentación de nuestro mercado, excluyendo los autoservicios.

(*) Aproximadamente entre restaurantes y hoteles
 Datos de la Secretaría de Turismo
 Departamento de Registro Nacional



METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Determinar los hábitos de consumo de los clientes de la industria restaurantera y hotelera en cuanto a:

- 1) ¿Cuántos kg de café en grano consumen al mes los restaurantes u hoteles?
- 2) ¿A qué hora del día se consume más café en los restaurantes u hoteles?
- 3) ¿A qué compañía le compra el café para su hotel o restaurante?
- 4) ¿Ha probado Ud. nuestro producto?
- 5) ¿Cuál es la opinión de nuestro precio y condiciones de pago?
- 6) ¿De la presentación de nuestro producto?
- 7) ¿De nuestro servicio y cortesía?

HIPOTESIS

Definición de hipótesis: Suposición de un hecho o acción susceptible de ser comprobada.

Nuestra hipótesis de acuerdo al planteamiento del problema es:

De los 1823 restaurantes y hoteles en el área metropolitana (D. F.), nuestro mercado es regional abarcando sólo una área donde se encuentran ubicados 1276 restaurantes y hoteles, en 6 delegaciones (Benito Juárez, Coyoacán, Miguel Hidalgo, Tlalpan, Cuauhtémoc y Alvaro Obregón) donde según nuestra hipótesis:

- 1) El consumo de café en grano en cada restaurante es de 5 kg diarios.
- 2) Trataremos de demostrar que en las mañanas (desayuno) es cuando existe más consumo de café.
- 3) La clientela a la que le surtimos nuestro producto es fiel a nuestra marca.
- 4) El empaque (logotipo, marca, color de la bolsa, etc.) es llamativo y de buena presentación.
- 5) Demostrar que nuestro precio y condiciones de crédito son mejores que las de la competencia.
- 6) Demostrar que la clientela que ha trabajado con nuestro producto está consciente que nuestro servicio es satisfactorio.

CUESTIONARIO PILOTO

1) ¿Consume Ud. café en su restaurante u hotel?

R = SI NO

2) ¿Cuántos kg consume al mes?

R = _____

3) ¿Qué tipo de café consume?

R = SOLUBLE GRANO DESCAFEINADO OTRO

4) ¿Cuántas tazas de café promedio toma su cliente?

R = _____

5) ¿A qué hora del día consume más café?

R = MAÑANA TARDE NOCHE

6) ¿Qué molido de café consume más?

R = AMERICANO EXPRESS

7) ¿En qué temporada es mayor su consumo?

R = _____

8) ¿A qué compañía le compra Ud. el café?

R = _____

9) ¿Ha probado Ud. nuestro producto?

R = SI NO

10) ¿Qué le parece la calidad de nuestro producto?

R = MALO REGULAR BUENO EXCELENTE

11) ¿Qué tueste del café prefiere Ud.?

R = MUY CLARO CLARO REGULAR ALTO

12) ¿Qué molido prefiere Ud. para su cafetera?

R = MUY MOLIDO REGULAR MARTAJADO

13) El molido de nuestro producto es:

R = MALO REGULAR BUENO EXCELENTE

14) ¿Cómo le gustaría a Ud. que fuera el envase?

R = BOLSA PAPEL BOLSA POLIETILENO

15) ¿Qué opina Ud. del logotipo?

R = _____

16) ¿Le gusta a Ud. nuestro envase?

R = SI NO

17) ¿El precio de nuestro producto es adecuado?

R = SI NO

18) ¿Las condiciones de crédito son adecuadas?

R = SI NO

19) La cortesía con que se le atiende es:

R = MALA REGULAR BUENA EXCELENTE

20) El servicio que se le da es:

R = MALO REGULAR BUENO EXCELENTE

COMENTARIOS _____

Después de haber analizado el cuestionario piloto se llegó a la conclusión que hay que suprimir o fusionar algunas preguntas, ya que el objetivo que persiguen es el mismo.

Por ejemplo, las preguntas 3, 4, 6, 7, 11 y 12 se suprimen por no cumplir con los requerimientos de este cuestionario; las preguntas 13 y 10 llevan una misma finalidad (calidad); así como las preguntas 14, 15 y 16 (envase y empaque); las 17 y 18 (precio y condiciones de pago); y por último las 19 y 20 (servicio), por esta razón unimos estas preguntas, quedando el cuestionario definitivo de la siguiente manera:

CUESTIONARIO DEFINITIVO

1) ¿Consumes Ud. café en su restaurante u hotel?

R = SI NO

2) ¿Cuántos kg consume al mes en su restaurante u hotel?

R = _____

3) ¿A qué hora del día se consume más café en su restaurante u hotel?

R = MAÑANA TARDE NOCHE

4) ¿A qué compañía le compra Ud. el café para su restaurante?
¿Porqué?

R = _____

5) ¿Ha probado Ud. nuestro producto?

R = SI NO

6) ¿Qué le parece la calidad del producto (aroma, color, sabor)?

R = _____

7) El precio y condiciones de pago son:

R = MALA REGULAR BUENA EXCELENTE

8) La presentación (empaqué, envase, sellado logotipo) de nuestro producto es:

R = MALA REGULAR BUENA EXCELENTE

9) El servicio y cortesía son:

R = MALA REGULAR BUENA EXCELENTE

10) ¿Está Ud. conforme con nuestro producto y servicio?

R = SI NO ¿Porqué? _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION.

RAZON SOCIAL _____

NOMBRE _____

ENCUESTADOR _____

DISEÑO DE LA MUESTRA

Para poder diseñar nuestra muestra primero debemos conocer nuestro universo.

Llamamos universo a: la población total de elementos que reúnen ciertas características, es decir que son homogéneas y este universo puede ser de dos tipos:

- a) finito
- b) infinito

a) FINITO: se considera finito cuando el número de elementos que componen nuestro universo es menor de 500,000 unidades.

b) INFINITO: se considera infinito cuando el número de elementos que componen nuestro universo es mayor de 500,000 unidades.

En nuestro caso nuestro universo sería finito, ya que la industria restaurantera y hotelera de cinco estrellas y que están registrados en la SECTUR son 1823 clientes.

Para que la muestra sea representativa todos sus elementos deben presentar la misma cualidad y características del universo, además de ser suficiente. Existen dos fórmulas para determinar la muestra:

$$A) \quad n = \frac{G^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad \text{para muestra infinita}$$

$$B) \quad n = \frac{G^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + G^2 \cdot p \cdot q} \quad \text{para muestra finita que es la que utilizaríamos.}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

G = coeficiente de confianza

N = universo o población

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error de estimación

Se planea llevar a cabo una investigación para determinar la proporción de restaurantes que consumen café de grano trabajando con un intervalo de confianza del 95% y un error de estimación del 5%, nuestro universo es de 1823 restaurantes y hoteles.

$$n = \frac{G^2 N p q}{e^2 (N - 1) + G^2 p q}$$

$$n = \dot{?}$$

$$G^2 = 2^2 = 4$$

$$N = 1823$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

$$n = \frac{4 (1823) (0.50) (0.50)}{0.05 (1823 - 1) + (4) (0.50) (0.50)} = \frac{1823}{92.1} = 19.79$$

19.79 será el tamaño de nuestra muestra, 19.79 = 20 porque no podemos hacer 19.79 entrevistas lo ajustamos a 20 entrevistas.

De los 1823 restaurantes y hoteles que existen en el área metropolitana el porcentaje de nuestra muestra es del:

regla de tres:

1,823 es al 100% de rest. y hoteles

20 es al ?

$20 \times 100 = 2,000$ que lo dividimos entre 1,823

$2,000 \times 1,823 = \underline{1.09\%}$

Es decir que la muestra que es del 1.09% de los 1,823 restaurantes y hoteles que se encuentran en el área metropolitana.

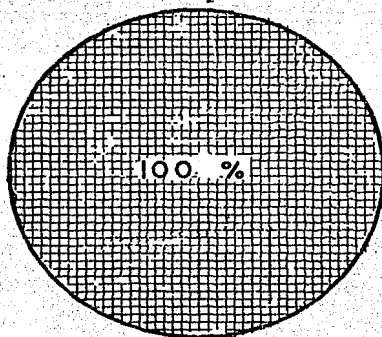
TRABAJO DE CAMPO

TABULACION

PRESENTACION GRAFICA O INTERPRETACION

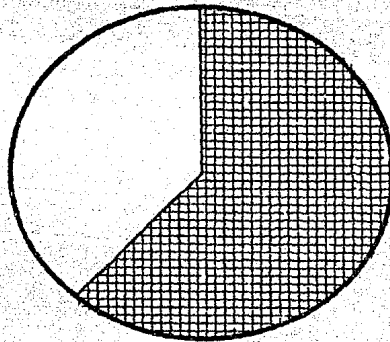
TABULACION DEL CUESTIONARIO

1.- ¿Consumen Usted café en su restaurante u hotel?

**INTERPRETACION:**

De los 25 establecimientos encuestados todos dieron respuesta afirmativa.

2.- ¿Cuántos kg de café consume al mes en su restaurante u hotel?

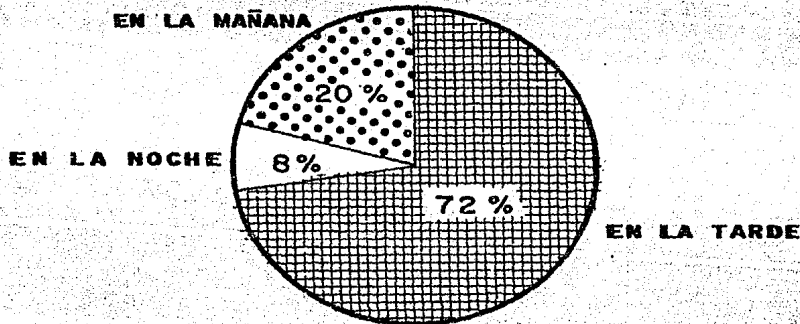


62.44 KG.

INTERPRETACION:

Del total de encuestados nos da 1,561 kg mensuales que divididos entre los 25 establecimientos arroja un total de 62.44 kg por cliente que al ser divididos entre los 30 días del mes obtenemos un consumo diario de 2.08 kg por restaurante u hotel.

3.- ¿A qué hora del día consume Usted más café en su restaurante u hotel?



INTERPRETACION:

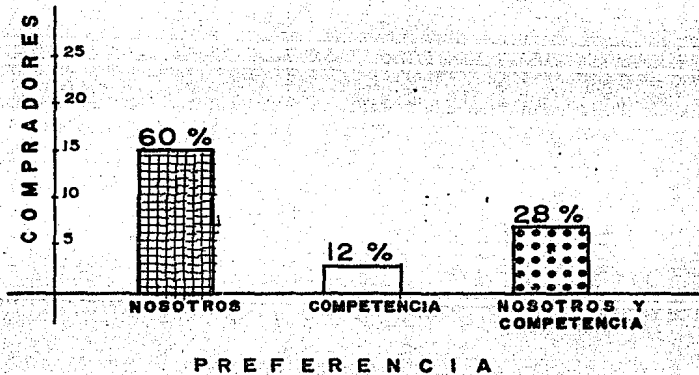
Constatamos que sólo 5 de los establecimientos encuestados tienen un mayor consumo de café por la mañana (tal vez esto se deba a que estos clientes ofrecen desayunos) 18 establecimientos tienen mayor consumo en la tarde y sólo 2 de éstos tienen consumo mayor por las noches.

$$\begin{array}{l} 25 = 100 \\ 5 = X \end{array} \quad 5 \times 100 = 500 \div 25 = 20\%$$

$$\begin{array}{l} 25 = 100 \\ 18 = X \end{array} \quad 18 \times 100 = 1800 \div 25 = 72\%$$

$$\begin{array}{l} 25 = 100 \\ 2 = X \end{array} \quad 2 \times 100 = 200 \div 25 = 8\%$$

4.- ¿A qué compañía le compra Usted el café para su restaurante u hotel?

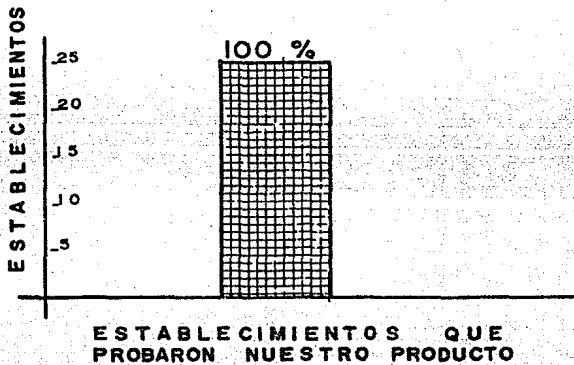


INTERPRETACION:

Sólo 15 de los cuestionados le son fieles a la marca y compran exclusivamente nuestro producto; 3 de los encuestados compran a la competencia y los 7 restantes compran café a la competencia y a nosotros repartiendo así el mercado.

60% a nosotros 28% reparten el mercado 12% compran a la competencia

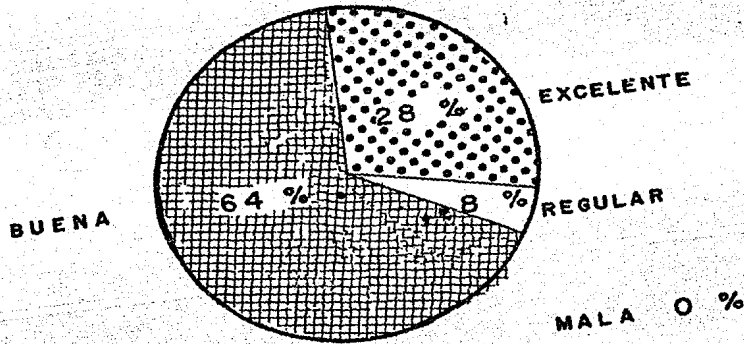
5.- ¿Ha probado Usted nuestro producto?



INTERPRETACION:

Los 25 establecimientos encuestados respondieron afirmativamente.

6.- ¿Qué le parece la calidad del producto (aroma, sabor, color)?



INTERPRETACION:

MALA = 0%

REGULAR 2 = 8%

25 = 100

2 = X = 8

BUENA 16 = 64%

25 = 100

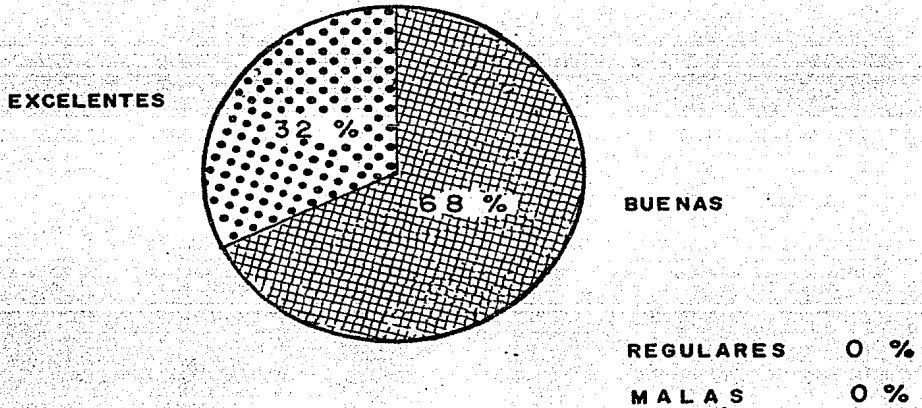
16 = X = 64

EXCELENTE 7 = 28%

25 = 100

7 = X = 28

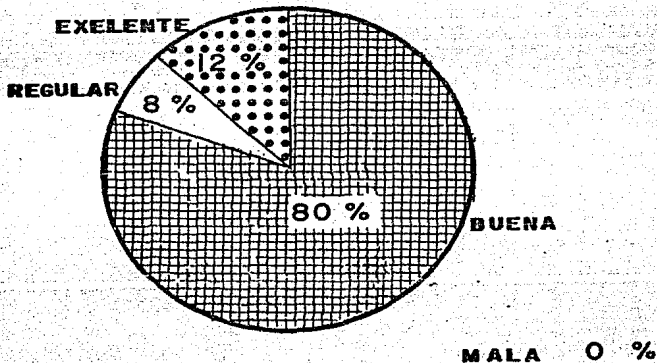
7.- El precio y las condiciones de pago son:



INTERPRETACION:

MALA = 0%	REGULAR = 0%	BUENA 17 = 68%	EXCELENTE 8 = 32%
		25 = 100	25 = 100
		17 = X = 68	8 = X = 32

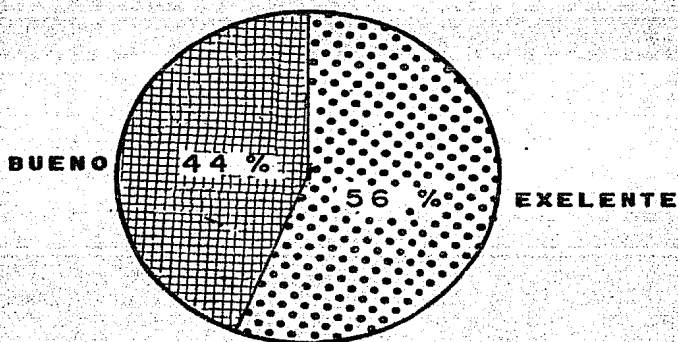
8.- La presentación (empaque, sellado y logotipo) de nuestro producto es:



INTERPRETACION:

MALA = 0%	REGULAR 2 = 8%	BUENA 20 = 80%	EXCELENTE 3 = 12%
	25 = 100	25 = 100	25 = 100
	2 = X = 8	20 = X = 80	3 = X = 12

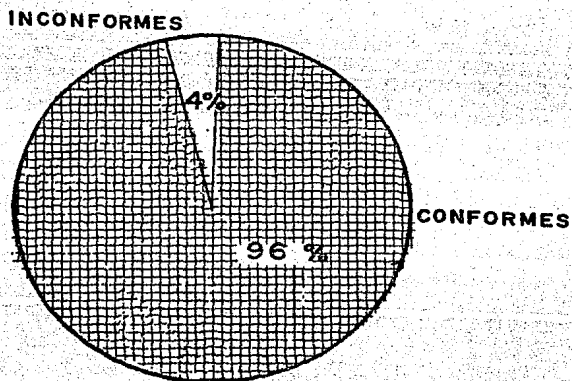
9.- El servicio y cortesía con que se le atiende es:



INTERPRETACION:

MALA = 0%	REGULAR = 0%	BUENA 11 = 44%	EXCELENTE 14 = 56%
		25 = 100	25 = 100
		11 = X = 44	14 = X = 56

10.- ¿Está Usted conforme con nuestro producto y servicio?



INTERPRETACION:

De los 25 cuestionados, 24 establecimientos están conformes con nuestro producto y sólo uno es el que no lo está

$$25 = 100 \quad 1 \times 100 = 100 \div 25 = 4$$

$$1 = x$$

Es decir existe un 4% de inconformidad.

CONCLUSIONES

De acuerdo a nuestra investigación de campo, hemos podido comprobar que las hipótesis anteriormente planteadas tienen ciertas modificaciones, quedando como sigue:

El consumo de café por restaurante u hotel no es de 5 kg diarios como lo habíamos planteado; de acuerdo con la tabulación de los cuestionarios que aplicamos, nos percatamos que el consumo por establecimiento varía de un local a otro, ahora bien, si tomamos un promedio global, podemos concluir que éste es de 2.08 kg diarios por restaurante, lo cual quiere decir que un kilogramo de café es para 18 a 20 litros de agua o bien tenemos entonces que un restaurante consume promedio diario de 208 tazas de café (en un recipiente normal de 150 ml cúbicos).

Por lo antes expuesto, podemos darnos cuenta que nuestra hipótesis planteada anteriormente estaba equivocada, tal vez en años anteriores en que la crisis no era tan difícil como lo es en la actualidad, el consumo de café por establecimiento pudiera haber sido un poco más alta; además el café soluble en estos últimos años se ha introducido a la industria hotelera y restaurantera de una manera sorprendente por su fácil preparación y el bajo costo que éste representa, ya que para preparar un café tipo express o americano de grano, es necesario tener una cafetera percoladora o de palanca express, siendo el costo de cada una de éstas, aproximadamente de \$800,000.00 M.N.

En el punto número dos de nuestra hipótesis, planteamos que el mayor consumo de café al día era por las mañanas.

Ahora bien, de acuerdo a un consenso realizado, nos percatamos que estábamos en un error, y esto se debió a que no todos los restaurantes (si no es que la mayoría) ofrecen servicio de desayunos, concentrándose el mayor consumo de café por las tardes entre la 1:00 p.m. a 6:00 p.m.

Además, en el horario matutino la gran mayoría de nuestra población se encuentra laborando en oficinas y no les es posible desplazarse a los diversos establecimientos restauranteros u hoteleros, no así por las tardes permitiéndoles salir a la hora de la comida.

Tal vez una solución para nivelar el consumo de café en las mañanas y en las tardes, sería que la mayoría de los restaurantes ofrecieran el servicio de desayuno, pero esto implica un problema para el restaurante como empleados extras, etc. Aunque es un hecho que en las oficinas se consume el mayor porcentaje de café, recordemos que en este caso estamos hablando de la industria restaurantera y hotelera.

En el punto número tres de nuestra hipótesis afirma que nuestra clientela le es fiel a la marca y solamente consume nuestro producto, pero pudimos verificar de acuerdo a nuestras encuestas realizadas que estábamos equivocados ya que solamente el 60% de nuestra clientela consume únicamente nuestro producto y el 40% restante reparte su mercado con dos o varios proveedores, esto tal vez se deba a que estos restaurantes tienen un gran consumo de este producto y temen

tener un solo proveedor que en dado caso les pueda fallar con el abastecimiento oportuno del producto, o bien con la calidad, precio, o condiciones de pago.

Generalmente reparten su consumo de café de la siguiente manera: a un proveedor le piden el café molido de tipo express, y al otro proveedor le piden el café de tipo molido americano. Y en muchas otras ocasiones se llega a dar el caso que hasta tienen de 3 a 4 proveedores, pero esto es cuando se trata de compañías que tienen un gran consumo, como por ejemplo cadenas de restaurantes y hoteles.

También en algunos casos los restaurantes y hoteles que tienen dos o mas proveedores se debe a que con uno han trabajado siempre y al Otro lo aceptan como proveedor porque es algún recomendado del gerente o del dueño, etc. Nuestra solución para tratar de ser el proveedor único en un establecimiento es tratar de dar un excelente servicio así como de mantener la calidad de nuestro producto, además de dar buenas condiciones de pago y un buen precio.

Es bien sabido que el envase y empaque del producto llama la atención, motivando al cliente a realizar la compra de este producto, por eso decidimos realizar la encuesta del envase (colores, logotipo, etc.) y empaque de nuestro producto; en nuestra hipótesis planteamos que el envase y empaque eran los adecuados para nuestro producto, es decir que tienen buena presentación, y según nuestra encuestas realizadas pudimos verificar que nuestra hipótesis sí es correcta quedando de la siguiente manera: el 80% de los entrevistados contestaron afirmativamente que nuestros colores, diseño, material

y dibujo de nuestro logotipo eran de buen gusto es decir llamativos, un 12% de los entrevistados afirmaron que nuestro envase y empaque eran excelentes ya que el envase era conservador del aroma del producto así como los colores llamativos y el dibujo del logotipo de muy buen gusto así como nuestro empaque era resistente para el manejo del producto cuando este lo estibaban; y sólo un 8% de los encuestados contestaron que nuestro envase y empaque eran de regular presentación. Nosotros estamos convencidos que nuestra presentación es de excelente calidad por lo cual podemos afirmar que nuestra hipótesis era correcta.

En este punto nuestra hipótesis afirma que nuestras condiciones de crédito y de pago son mejores que las de la competencia, y según nuestras encuestas realizadas pudimos verificar que sí estamos en lo correcto ya que pudimos comprobar que el 68% de nuestra clientela contestó que es buena y el 32% restante afirmó que nuestros precios y condiciones de pago son excelentes, debido a nuestras condiciones de pago creemos que es una forma de adquirir nuevos clientes ya que hoy en día por la recesión económica que sufre el país, el precio y las condiciones de pago que sean más ventajosas para el cliente son un atractivo para ellos.

En el punto número seis afirmamos en la hipótesis que nuestra clientela está conforme con el servicio y la cortesía que le damos. Las encuestas realizadas demostraron que la hipótesis que planteamos es correcta ya que según nuestro estudio solamente el 4% de nuestra muestra no está conforme con

nuestro producto de lo cual sacamos la deducción que nuestro producto es de buenas condiciones en todos los aspectos y nos sentimos capacitados para poder competir con las demás marcas de café.

A P E N D I C E

"A"

PRODUCCION MUNDIAL

PRODUCCION MUNDIAL

(miles de sacos)

* CICLO	C O N T I N E N T E	A m é r i c a	A f r i c a	A s i a	O c e a n í a	T o t a l
1970-71		32.6	19.8	5.3	0.5	58.2
1971-72		36.9	19.8	4.5	0.5	61.7
1972-73		48.9	21.5	5.4	0.6	76.4
1973-74		39.5	18.6	5.4	0.7	64.2
1974-75		53.5	20.5	5.6	0.7	80.3
1975-76		47.1	18.1	5.7	0.7	71.6
1976-77		37.2	19.0	5.9	0.6	62.7
1977-78		45.3	17.3	6.2	0.6	69.6
1978-79		49.4	18.2	5.9	0.7	74.5
1979-80		39.8	15.8	5.7	0.8	62.2
1980-81		39.8	19.0	5.7	0.9	65.4
1982-83		35.2	17.7	6.1	0.9	59.9 ⁽¹⁾
1983-84		63.0	17.9	8.3	0.9	90.3

Suaves 14%

Suaves centrales 25%

Naturales 36%

Robustas 25%

75% Arábigos

25% Robustas

(1) Preliminar

- Incluye otros países como: Benín, Guadalupe, Jamaica,

* Tabla fuente Estadísticas del café hasta 86 de INMECAFE.

- Martinica, Trinidad-Tobago, Hawai, Guyana, Paraguay, Surinam, Islas de Cabo Verde, Islas Comoro, Congo-Brazzaville, Dahomey, Gabón, Sao Tomé, Yemen, Nueva Caledonia y Nuevas Caledonia y Nuevas Hébridás, que producen menos de 50,000 sacos.

Fuente: De 1970-71 a 1978-79 Boletín de Información Estadística sobre Café: 50 Años, Fedecafé, Colombia, 1978. De 1979-80 a 1982-83, Foreign Agricultural Circular, Department of Agriculture, July 1982 and January 1985.

PROMEDIO ANUAL DE LOS PRECIOS DEL CAFE FISICO

EN EL MERCADO DE NUEVA YORK *

(Centavos de dólar por libra).

PRIMA LAVADO MEXICA NO (1)	OTROS SUAVES (2)	SUAVES COLOM- BIANOS (3)	NO LA VADOS (4)	ROBUS- TAS (5)	FRANJA
52.60	52.32	53.48	50.52	40.42	
57.34	56.80	58.87	54.20	47.20	
56.15	55.80	57.08	54.04	45.11	
57.74	57.48	59.93	57.93	48.41	
78.37	78.32	80.09	78.71	60.44	
60.12	59.88	64.63	57.09	41.82	
78.50	70.56	73.99	58.10	35.97	
60.87	60.86	63.94	56.92	37.44	
55.00	49.90	52.34	48.41	38.91	
42.89	42.82	45.22	36.97	29.66	
41.61	41.49	44.89	36.59	22.72	
37.53	37.55	43.62	36.01	19.21	
35.87	35.86	40.77	33.96	21.10	
35.56	35.47	39.55	34.11	28.29	
47.16	47.17	48.80	46.66	35.97	
45.54	45.31	48.21	43.92	30.67	
42.41	42.12	47.35	40.56	33.53	
39.36	39.20	51.61	37.72	33.52	
39.53	39.33	42.42	37.36	33.86	
40.20	39.78	44.44	40.90	33.11	
51.98	52.01	56.66	55.80	41.44	
45.49	44.99	49.01	44.71	42.27	
50.01	50.33	56.70	52.52	45.19	
62.00	62.30	72.52	69.20	49.88	
66.14	65.84	77.81	73.34	56.68	
65.28	65.41	81.31	82.57	61.05	
143.32	142.75	157.72	149.48	127.62	
241.05	234.67	240.21	308.04	223.76	
165.60	162.82	185.20	165.29	147.48	
175.73	173.53	183.41	178.47	165.47	
176.43	174.88	195.26	209.36	162.28	120-150
128.38	128.09	145.33	179.55	102.87	120-140
147.70	146.04	148.60	143.68	111.05	120-140
128.42	131.69	141.62	142.75	124.12	120-140
142.08	144.25	147.33	149.66	138.16	120-140

* Estadísticas del Café hasta 86, INMECAFE.

-
- 50-57: Cotización del café "Coatepec"; 1958-78: Cotización del "Prima Lavado".
- 50-52: Promedios de "Altura" salvadoreño, "Buen Lavado" guatemalteco y "Coatepec Lavado" mexicano; 1953-57: promedio del "Buen Lavado" salvadoreño, "Buen Lavado" guatemalteco y "Coatepec Lavado" mexicano; 1958-65: promedios del "Central Standar" salvadoreño, "Prima Lavado" guatemalteco y "Prima Lavado" mexicano; 1965-78: Indicativo de la OIC.
- 50-57: Cotización del "Medellín"; 1958-65: cotización del "MAMS"; 1965-78: OIC.
- 50-65: Cotización del café "Santos 4"; 1965-78: Indicativo de la OIC.
- 50-65: Cotización promedio de cafés de Angola y Uganda; 1965-78: Indicativo de la OIC.
- OIC "Quarterly Statistical Bulletin on Coffee" Nº 7.

DISPERSION DE LA ROYA EN EL MUNDO

FECHA DE APARICION	P A I S
1868	Ceilán
1868	India
1876	Indonesia (Sumatra)
1878	Indonesia (Java)
1879	Islas Fiji
1880	Mauricio
1882	La Reunión
1883	Tanzania (Tanganica)
1886	Malgache (Madagascar)
1888	Indonesia (Borneo)
1888	Vietnam del Norte
1888	Malaya
1889	Samoa
1889	Filipinas
1894	Uganda
(¹)1903	Puerto Rico
1904	Africa del Sur (Suroeste)
1910	Nuevas Hébridas
1911	Nueva Caledonia
1913	Kenia
1916	Rodesia
1918	Congo
1925	Fernando Poo

(1) Erradicada.

FECHA DE APARICION	P A I S
--------------------	---------

1934	Etiopía
1938	Sao Tomé
1940	Mozambique
1942	Laos
1942	Vietnam del Sur
1946	Tanzania (Zanzibar)
1947	Hainán
1951	Camerún
1952	Benín (Dahomey)
1952	Togo
1952	Ghana
1953	Sudán
1953	Costa de Marfil
1955	Liberia
1956	Andamán
1958	Príncipe, Isla
1962	Guinea
1962	Nigeria
1965	Papúa
1966	Angola
1970	Brasil
1972	Paraguay
1973	Argentina
1976	Nicaragua
1976	Timor (Isla)
1976	Ruanda - Urundi

FECHA DE APARICION	P A I S
1976	Malawi, Africa del Sur
1976	Islas Comores
1976	Birmania
1976	Zambia
1976	Formosa
1978	Bolivia
1979	El Salvador
1979	Perú
1980	Guatemala
1980	Honduras
1981	México
1981	Ecuador
1983	Colombia
1983	Costa Rica

* Estadísticas del Café hasta 1986 de INMECAFE.

REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA
IMPORTACIONES DE CAFE A TRAVES DE ADUANAS

(Sacos de 60 kilos)

País de Origen	Noviembre 1985	%	Ene/Nov 1985	%	Ene/Nov 1984	%
Colombia	193,277	27.07	1'829,602	28.84	2'080,340	31.82
Brasil	227,824	31.90	1'243,571	19.60	1'021,887	15.62
Kenia	35,956	5.04	551,969	8.70	442,895	6.77
El Salvador	33,759	4.73	419,825	6.62	516,721	7.90
Etiopía	24,700	3.46	263,264	4.15	322,773	4.94
Nueva Guinea	31,442	4.40	246,289	3.88	159,437	2.44
Ruanda	32,440	4.54	238,829	3.76	298,313	4.56
Burundi	22,819	3.20	211,531	3.33	193,994	2.97
Tanzania	9,238	1.29	180,154	2.84	429,375	6.56
Cámerún	15,812	2.21	166,586	2.63	229,063	3.50
Indonesia	8,523	1.19	129,383	2.04	66,097	1.01
Costa Rica	11,237	1.57	114,913	1.81	151,661	2.32
Guatemala	6,651	0.93	113,904	1.80	95,748	1.46
Nicaragua	9,374	1.31	111,308	1.75	93,039	1.42
Uganda	11,890	1.67	99,789	1.57	127,447	1.95
Costa de Marfil	7,353	1.03	98,982	1.56	40,199	0.61
Zaire	6,816	0.95	92,588	1.46	82,265	1.26
Honduras	3,940	0.55	35,474	0.56	19,869	0.30
India	352	0.05	22,842	0.36	24,081	0.37
Ecuador	5,900	0.83	18,608	0.29	1,143	0.02
México	1,605	0.22	16,405	0.26	33,580	0.51
Sri Lanka	833	0.12	12,916	0.20	13,399	0.20
Bolivia	382	0.05	9,439	0.15	1,098	0.02
Togo	1,487	0.21	9,754	0.15	11,399	0.17
Madagascar	330	0.05	5,903	0.09	9,740	0.15
Haití	311	0.04	4,721	0.07	1,729	0.03
Varios	9,932	1.39	96,926	1.53	73,145	1.12
T O T A L	<u>714,113</u>	<u>100.00%</u>	<u>6'345,475</u>	<u>100.00%</u>	<u>6'540,437</u>	<u>100.00%</u>

Fuente: Estadísticas del Café hasta 1986 de INMECAFE.

PRODUCCION TOTAL DE CAFE VERDE POR PAISES Y CONTINENTES
 PROMEDIO 1976/77-1980/81 Y ANUAL 1981/82-1985/86
 (miles de sacos de 60 kilos)

REGION Y PAIS	PROMEDIO 1976/77-1980/81	1981/82	1982/83	1983/84	1984/85	1985/86
NORTEAMERICA						
CENTROAMERICA / CARIBE:						
Costa Rica.....	1,638	1,872	2,300	2,070	2,516	2,013
Cuba.....	315	383	300	385	325	375
Rep. Dominicana....	918	850	1,100	810	900	820
El Salvador.....	3,019	2,886	3,100	2,600	2,700	2,600
Guatemala.....	2,586	2,653	3,530	2,340	2,703	2,530
Haití.....	516	494	674	630	625	650
Honduras.....	1,052	1,200	1,800	1,310	1,500	1,400
Jamaica.....	22	23	30	25	25	30
MEXICO.....	3,643	3,900	4,530	4,530	4,250	4,480
Nicaragua.....	955	950	1,247	710	850	830
Panamá.....	107	119	138	150	201	260
Trinidad-Tobago....	44	44	23	30	30	30
Estados Unidos.....	196	211	267	201	279	239
TOTAL NORTEAMERICA..	15,011	15,495	18,049	15,791	16,904	16,257
SUDAMERICA:						
Bolivia.....	124	135	155	150	140	150
Brasil.....	18,060	33,000	17,750	30,000	27,000	33,000
Colombia.....	11,832	14,342	13,300	13,000	11,000	12,500
Ecuador.....	1,518	1,792	1,800	1,380	1,500	1,600
Guyana.....	20	26	25	25	25	25
Paraguay.....	80	229	271	280	240	300
Perú.....	1,112	1,100	1,100	1,270	1,150	1,300
Venezuela.....	974	1,107	711	1,025	1,197	1,134
TOTAL SUDAMERICA...	33,720	51,731	35,192	47,130	42,252	50,009

Fuente: Estadística del Café hasta 1986 de INMECAFE.

REGION Y PAIS	PROMEDIO 1976/77-1980/81	1981/82	182/83	1983/84	1984/85	1985/86
AFRICA:						
Angola.....	678	392	330	260	260	250
Benin.....	13	37	50	55	50	50
Bethendi.....	362	730	340	593	460	600
Camerún.....	1,566	1,850	1,830	1,000	2,100	1,900
Rep. Centroafricana	194	284	316	150	250	300
Congo.....	54	36	32	35	25	40
Bouat. Guinea.....	11	20	20	20	20	20
Etiopía.....	3,104	3,212	3,670	3,990	2,600	3,150
Gabón.....	6	15	29	35	40	40
Ghana.....	39	35	23	20	15	20
Guinea.....	85	64	65	50	40	50
Costa de Marfil....	4,559	4,160	4,510	1,420	4,900	5,000
Kenia.....	1,515	1,489	1,541	2,232	1,525	2,170
Liberia.....	151	165	159	80	160	165
Madaqascar.....	1,111	1,305	1,000	1,100	1,200	1,250
Malawi.....	4	10	16	27	35	35
Nigeria.....	50	52	45	42	48	50
Amada.....	442	502	377	536	542	550
Sierra Leona.....	159	176	233	180	185	185
Tanzania.....	863	959	1,033	843	925	940
Togo.....	142	225	284	275	215	275
Uganda.....	2,142	2,885	3,000	3,200	3,300	3,000
Zaire.....	1,336	1,425	1,354	1,350	1,503	1,540
Zimbaisom.....	77	82	117	147	180	185
TOTAL AFRICA.....	18,663	20,110	20,374	17,640	20,578	21,765
ASIA:						
India.....	2,020	2,540	2,170	1,667	2,917	2,334
Indonesia.....	4,465	5,785	4,750	5,500	5,400	5,750
Malaysia.....	114	141	145	154	160	170
Filipinas.....	711	1,067	1,000	779	857	943
Tailandia.....	140	277	327	335	420	500
	51	58	57	50	53	53
TOTAL ASIA.....	7,501	9,585	8,449	8,485	9,807	9,750

Fuente: Estadística del Café hasta 1986 de INMECAFE.

A P E N D I C E

"B"

PRODUCCION NACIONAL

PRODUCCION DE CAFE POR ESTADOS

1978 - 1980

ESTADO	SUPERFICIE	PRODUCCION	RENDIMIENTO
	Has.	sacos 60 K	sacos/l
CHIAPAS	139,300	1'626,083	11.67
VERACRUZ	95,000	1'045,000	11.00
OAXACA	62,500	390,250	6.24
PUEBLA	37,300	332,750	8.92
GUERRERO	25,000	160,167	6.40
HIDALGO	30,550	164,000	5.36
SAN LUIS POTOSI	18,000	109,667	6.09
NAYARIT	5,700	42,167	7.39
JALISCO	2,700	15,333	5.67
TABASCO	1,700	7,667	4.51
COLIMA	1,000	3,083	3.08
MICHOACAN	600	3,083	5.13
QUERETARO	150	750	5.00
T O T A L	419,500	3'900,000	9.29

FUENTE: Estadísticas de Café hasta 1986, de INMECAFE.

SUPERFICIE CAFETALERA NACIONAL POR ESTADO

R e s u m e n

ESTADOS	Municipios	Hectáreas	Porcentaje	Productores
CHIAPAS	68	163,268	32.82	46,657
VERACRUZ	78	98,103	19.72	39,893
OAXACA	123	103,419	20.79	30,054
PUEBLA	46	33,593	6.76	17,549
GUERRERO	13	40,939	8.23	8,434
HIDALGO	20	23,582	4.74	12,053
SAN LUIS POTOSI	8	17,511	3.52	10,117
QUERETARO	3	446	0.09	228
NAYARIT	6	10,413	2.09	1,590
JALISCO	1	2,700	0.54	300
TABASCO	2	2,431	0.49	1,154
COLIMA	5	1,051	0.21	492
T O T A L	373	497,456	100.00	168,521

FUENTE: Estadísticas de Café hasta 1986, de INMECAFE.

DISTRIBUCION DE LA SUPERFICIE CAFETALERA NACIONAL
POR TIPO DE TENENCIA DE LA TIERRA Y POR ESTADO

- Hectáreas -

ESTADO	Ejidal	Comunal	Pequeña Propiedad	Total
CHIAPAS	100,615	6,953	55,700	163,268
VERACRUZ	37,725	3,857	56,521	98,103
OAXACA	10,748	36,669	56,002	103,419
PUEBLA	3,524	672	29,397	33,593
GUERRERO	31,126	9,041	772	40,939
HIDALGO	4,241	13,125	6,216	23,582
SAN LUIS POTOSI	4,870	11,662	979	17,511
NAYARIT	6,615	2,227	1,571	10,413
JALISCO	-----	2,700	-----	2,700
TABASCO	2,431	-----	-----	2,431
COLIMA	614	15	422	1,051
QUERETARO	-----	-----	446	446
T O T A L	202,509	86,921	208,026	497,456

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAPE.

PRODUCTORES DE CAFE POR TIPO DE TENENCIA
DE LA TIERRA Y POR ESTADO

ESTADO	Ejidatarios	Comuneros	Pequeños Propietarios	Total
CHIAPAS	36,888	4,119	5,650	40,657
VERACRUZ	17,577	1,869	20,447	39,893
OAXACA	4,241	11,840	13,373	30,054
PUEBLA	1,777	330	15,442	17,549
GUERRERO	5,396	3,006	32	8,434
HIDALGO	2,485	6,914	2,654	12,053
SAN LUIS POTOSI	3,290	6,435	392	10,117
NAYARIT	1,050	388	152	1,590
JALISCO	0	300	0	300
TABASCO	1,154	0	0	1,154
COLIMA	396	13	83	492
QUERETARO	0	0	228	228
T O T A L	74,254	35,214	59,053	168,521

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

DATOS BASICOS DE LA CAFICULTURA EN MEXICO (CICLO 1983-1984)

Tamaño hectáreas	%	No. produc. (miles)	%	Hectáreas (miles)	Hectáreas x Productor	Rend/Ha. (QQ/Ha.)	Total Miles QQ.	%
De 0.1 a 5.0	91.5	154,174	63.6	316.5	2.1	7.9	2,500.4	38.6
De 5.1 a 10.0	6.4	10,643	16.4	81.6	7.7	11.5	939.0	14.5
De 10.1 a 20.0	1.7	2,932	9.2	45.5	15.5	26.8	1,221.6	18.8
De 20.1 a 50.0	0.3	0,530	3.4	16.9	31.9	30.0	507.6	7.8
Más de 50	0.1	0,242	7.4	37.0	152.7	35.5	1,314.0	20.3
T o t a l	100.0	168,521	100.0	497.5		13.0	6,482.6	100.0

FUENTE: Estadística del Café hasta 1986, de INMECAFE.

PRODUCCION NACIONAL DE CAFE

Ciclo	Miles de sacos de 60 Kgs.
1. 1949 - 50	969
2. 1950 - 51	1,094
3. 1951 - 52	1,015
4. 1952 - 53	1,434
5. 1953 - 54	1,386
6. 1954 - 55	1,585
7. 1955 - 56	1,426
8. 1956 - 57	1,582
9. 1957 - 58	2,000
10. 1958 - 59	1,600
11. 1959 - 60	2,034
12. 1960 - 61	2,101
13. 1961 - 62	2,352
14. 1962 - 63	2,202
15. 1963 - 64	2,900
16. 1964 - 65	2,650
17. 1965 - 66	3,000
18. 1966 - 67	2,700
19. 1967 - 68	2,900
20. 1968 - 69	2,865
21. 1969 - 70	3,082
22. 1970 - 71	3,200
23. 1971 - 72	3,400
24. 1972 - 73	3,700
25. 1973 - 74	3,550
26. 1974 - 75	3,950
27. 1975 - 76	4,200
28. 1976 - 77	4,000
29. 1977 - 78	3,650
30. 1978 - 79	4,000
31. 1979 - 80	4,100
32. 1980 - 81	4,100
33. 1981 - 82	4,200
34. 1982 - 83	4,560
35. 1983 - 84	4,970
36. 1984 - 85	4,410
37. 1985 - 86	4,645 *

* Preliminar

FUENTE: Estadísticas del Café hasta
1986, de INMECAFE.

R E N D I M I E N T O S
N a c i o n a l e s

Ciclo	Sacos de 60 kilos por hectárea
1968-69	8.2
1969-70	8.9
1970-71	8.9
1971-72	9.7
1972-73	10.5
1973-74	10.0
1974-75	11.1
1975-76	11.8
1976-77	11.2
1977-78	10.3
1978-79	11.2
1979-80	11.5
1980-81	11.5
1981-82	13.0
1982-83	14.9
1983-84	13.0
1984-85	8.9

FUENTE: Estadísticas del
Café hasta 1986,
INMECAFE.

CAPTACION DE INMECAFE EN LA PRODUCCION NACIONAL

Sacos de 60 kg.

C i c l o	Producción Nacional	Captación del Inmecafé	Porcentaje de Participación
1977 - 78	3'650,000	814,126	22.3
1978 - 79	4'000,000	1'193,246	29.8
1979 - 80	3'950,000	1'298,366	32.9
1980 - 81	4'100,000	1'731,020	42.2
1981 - 82	4'200,000	1'746,149	41.6
1982 - 83	4'560,000	1'719,370	37.7
1983 - 84	4'970,000	1'831,572	36.8

FUENTE: Estadísticas de Café hasta 1986, de INMECAFE.

BENEFICIOS HUMEDOS Y BENEFICIOS SECOS POR DELEGACION

CICLO 1983 - 84

DELEGACIONES REGIONALES	I N M E C A F E				P A R T I C U L A R E S			
	B.H	CAP Qq/DIA	B.S.	CAP Qq/DIA	B.H	CAP Qq/DIA	B.S	CAP Qq/DIA
1. TAPACHULA	-	-	1	800	554	15,695	79	16,870
2. TUXTLA GUTIERREZ	3	270	2	2,150	55	3,376	38	5,750
3. COATEPEC	4	2,060	2	3,000	116	5,965	8	4,000
4. TLAPACOYAN	6	990	2	600	159	7,346	6	1,970
5. CORDOBA	5	1,320	2	2,800	109	6,250	5	2,000
6. LOS TUXTLAS	3	425	-	-	25	795	5	1,080
7. HUAUTLA DE J.	-	-	-	-	35	750	7	430
8. OAXACA	1	200	2	800	91	4,573	38	7,830
9. XICOTEPEC DE J.	9	1,780	4	1,300	102	4,397	22	4,410
10. ZACAPOAXTLA	-	-	-	-	70	2,919	13	3,490
11. ATOYAC DE A.	7	1,940	1	400	26	575	30	2,170
12. TAMAZUNCHALE	1	210	2	300	26	980	21	1,030
13. TEPIC	3	345	1	200	35	994	10	1,940
14. HUATUSCO	3	1,300	2	800	38	3,447	5	1,150
15. HUEJUTLA	-	-	-	-	5	150	-	-
16. COLIMA	-	-	-	-	16	251	4	90
T O T A L	45	10,840	21	13,150	1,462	58,453	291	54,210

FUENTE: ESTADISTICAS DEL CAFE HASTA 1986, DE INMECAFE.

BENEFICIOS HUMEDOS Y SECOS POR ESTADO Y DELEGACION

Resumen

ESTADO Y DELEGACION	BENEFICIOS HUMEDOS		BENEFICIOS SECOS	
	Cantidad	Cap.Qq/Día	Cantidad	Cap.Qq/Día
CHIAPAS				
Tapachula	554	15,695	80	17,670
Tuxtlas	58	3,646	40	7,900
	612	19,341	120	25,570
VERACRUZ				
Coatepec	120	8,025	10	7,000
Tlapacoyan	148	7,561	7	1,770
Córdoba	114	7,570	7	4,800
Los Tuxtlas	28	1,220	5	1,080
Xicotepc de J.	2	80		
Huatusco	41	4,747	7	1,950
	453	29,203	36	16,600
PUEBLA				
Xicotepc	76	5,314	24	4,850
Zacapoaxtla	70	2,919	13	3,490
Tlapacoyan	17	775	1	800
	163	9,008	38	9,140
OAXACA				
Huautla de J.	35	750	7	430
Oaxaca	92	4,773	40	8,630
	127	5,523	47	9,060
HIDALGO				
Huejutla	5	150		
Xicotepc	33	783	2	860
Tamazunchale	4	120	9	500
	42	1,053	11	1,360
GUERRERO				
Atoyac	33	2,515	31	2,570
	33	2,515	31	2,570
SAN LUIS POTOSI				
Tamazunchale	23	1,070	14	830
	23	1,070	14	830
NAVARRIT				
Tepic	38	1,339	11	2,140
	38	1,339	11	2,140
COLIMA				
Colima	16	251	4	90
	16	251	4	90
TOTAL GENERAL	1,507	69,303	312	67,360

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

DISPERSION DE LA BROCA DEL GRANO DEL CAFETO
EN MEXICO

AÑO	ENTIDAD FEDERATIVA	SITIO
1978	Chiapas	Ejido Mixcum, municipio Cacahoatán
1983	Chiapas	Municipio de Margaritas (18 de julio)

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

EXISTENCIAS DE CAFE DE CALIDAD EXPORTABLE Y
 NUMERO DE BODEGAS VISITADAS

1976 A 1985

31 de marzo	Existencias de café de calidad exportable (miles de sacos)	Número de bodegas visitadas
1976	24.795	436
1977	11.403	438
1978	10.229	688
1979	13.704	620
1980	15.944	625
1981	8.987	696
1982	19.603	920
1983	13.586	552
1984	16.086	831
1985	11.023	736

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

PRODUCCION RESULTANTE
 ABRIL DE 1984 A MARZO DE 1985

(miles de sacos)

1. Existencias iniciales verificadas, 1 abril 1984	16.683 ¹
2. Existencias al cierre verificadas, 31 marzo 1985	11.125 ²
3. Diferencia (2) - (1)	-5.558
4. <u>Exportaciones declaradas</u>	19.964
a) a países Miembros	17.184
b) a países no Miembros	2.780
5. Producción exportable resultante (3) + (4)	14.406
6. Consumo interno	7.000
7. Producción total (5) + (6)	21.406

(1) Incluidos 597.244 sacos de café de calidad no exportable.

(2) Incluidos 102.219 sacos de café de calidad no exportable.

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986 de INMECAFE.

COMPARACION ENTRE LA PRODUCCION RESULTANTE Y LA ESTIMADA
AÑO DE COSECHA 1984/85

(miles de sacos)

Fuente	Producción total	Producción exportable
Resultante	21.406	14.406
Miembro	22.300	15.300
USDA	27.000	18.500

ESTIMACION DE LA OFERTA
ABRIL DE 1985 A MARZO DE 1986

(miles de sacos)

1. Estimación de la producción exportable	22.500 ¹
2. <u>Exportaciones</u>	18.918
a) a países Miembros	17.393 ²
b) a países no Miembros	1.525 ³
3. Diferencia entre la producción exportable y las exportaciones (1) - (2)	3.582
4. Existencias iniciales, 1 abril 1985	11.125
5. Estimación de las existencias al cierre, 31 marzo 1986 (3) + (4)	14.707
6. Consumo interno	7.000 ¹
7. Producción total (1) + (6)	29.500 ¹

- (1) Estimación del Miembro de 28 de agosto de 1985. El USDA calcula (en julio de 1985) que la producción se cifrará en un total de 33 millones de sacos y la producción exportable en 24 millones de sacos.
- (2) Exportaciones efectivas entre abril y sept. 1985, más la cuota correspondiente al período oct. 85 - marzo 86.
- (3) Estimación de exportaciones efectiva entre abril y sept. 1985, se cifra en 645.388 sacos.

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMRCAPP.

CENSO NACIONAL DE BENEFICIOS DE CAFE CICLO 1985 - 86.

R E S U M E N

E S T A D O S	No. de Mpios.	BENEFICIOS HUMEDOS		BENEFICIOS SECOS	
		UNIDADES	CAP.Qq/Día	UNIDADES	CAP.Qq/Día
TLAXCALA	1			1	504
MEXICO	5			11	7,660
DISTRITO FEDERAL				3	800
NAYARIT	5	37	1,518	10	3,080
GUERRERO	5	32	2,595	29	2,590
COLIMA	4	7	223	2	40
JALISCO	2	6	145	2	50
SAN LUIS POTOSI	4	22	860	8	1,530
HIDALGO	9	43	1,045	14	1,520
PUEBLA	35	222	21,664	55	17,790
CHIAFAS	42	629	32,936	173	80,080
VERACRUZ	53	447	42,073	62	32,219
OAXACA	135	132	4,898	57	10,500
T O T A L F S	300	1,577	107,957	427	158,343

	UNIDADES	PORCENTAJE
1. Beneficios Húmedos Rurales con capacidad diaria de 20-100 Qq.	1,017	64.48
2. Beneficios Medianos con cap. diaria de 100-240 Qq.	231	14.64
3. Beneficios Húmedos Grandes con cap. diaria mayor a 240 Qq.	329	20.86
4. Beneficios Húmedos: Capacidad por cosecha 1.07 millones de Qq.		
5. Beneficios Secos: Capacidad por cosecha 15.8 millones de Qq.		
6. Producción de Café (Ciclo 85 - 86): 6.0 millones de Qq.		

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

A P E N D I C E

"C"

IMPORTANCIA DEL CAFE EN
LA ECONOMIA NACIONAL

PRECIOS OFICIALES DE COMPRA DE CAFE
EN EL CAMPO

C I C L O	CAFE CEREZA (Pesos por Kg)	CAFE PERGAMINO (Pesos por Q.q.)
1969-70	1.22	323.00
1970-71	1.45	380.00
1971-72	1.33	250.00
1972-73 ¹	1.33	450.00
1	1.73	481.25
1	2.07	531.00
1973-74	2.50	541.00
1974-75	2.00	525.00
1975-76	3.05	800.00
1976-77	9.70	2,500.00
1977-78	9.22	2,179.21
1978-79 ²	9.00	2,300.00
3	8.10	2,075.00
1979-80	10.40	2,625.00
1980-81	9.00	2,300.00
1981-82 ⁴	10.25	2,630.00
4	10.75	2,774.00
4	14.50	3,690.00
1982-83 ⁵	18.00	4,630.00
5	21.00	5,499.88
1983-84 ⁶	35.20	9,275.33
6	42.00	10,982.50
1984-85 ⁷	59.00	15,455.15
8	66.00	17,170.00
9	69.00	17,911.25
10	73.00	19,010.08
1985-86 ¹¹	150.00	40,250.00
12	176.00	46,575.00

- (1) Los precios fueron fijados en las siguientes fechas:
setp. 25, 1972; enero 17 y febrero 8, 1973.
- (2) Vigente a partir del 1º de octubre de 1978.
- (3) Vigente a partir del 15 de enero de 1979.
- (4) Precios de octubre 14, 1981; de febrero 16 y marzo 1º, 1982.
- (5) Precios de octubre 14, 1982 y de febrero 16, 1982.
- (6) Precios de octubre 19, 1983 y de enero 9, 1984.
- (7) Vigentes a partir del 1º de octubre de 1984.
- (8) A partir del 28 de febrero de 1985.
- (9) A partir del 10 de abril de 1985.
- (10) Precios de liquidación a partir del 26 de julio de 1985.
- (11) Precios de anticipo a partir del 4 de enero de 1986.
- (12) Precios mínimos de compra para el sector privado desde el 24/XII/85.

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

VALOR DE LA PRODUCCION

Miles de pesos

Ciclos	Producción miles de sacos	Millones de pesos
1970-71	3,200	1,900
1971-72	3,400	2,100
1972-73	3,700	3,300
1973-74	3,550	3,080
1974-75	3,950	3,237
1975-76	4,200	4,368
1976-77	4,000	13,000
1977-78	3,650	10,340
1978-79	4,000	10,920
1979-80	4,100	14,211
1980-81	4,100	12,259
1981-82	4,200	20,548
1982-83		
1983-84		
1984-85		

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFF.

PERSONAL TECNICO A NIVEL NACIONAL

AÑO	Agrónomos	Peritos Agrícolas	Ayudantes de campo	Total
1950	13	1	1	15
1951	22	3	4	29
1952	27	6	5	38
1953	31	9	5	45
1954	35	16	5	56
1955	40	27	9	76
1956	40	33	10	83
1957	37	35	13	85
1958	34	36	16	86
1959	32	37	26	95
1960	32	38	29	99
1961	39	41	39	119
1962	41	40	47	128
1963	45	40	59	144
1964	48	40	75	163
1965	51	43	79	173
1966	48	42	83	173
1967	42	37	88	167
1968	45	37	89	171
1969	44	36	93	173
1970	46	35	97	178
1971	42	34	97	173
1972	38	32	98	168
1973	38	38	117	193
1974	36	47	143	226
1975	37	49	154	240
1976	42	49	160	251
1977	57	51	149	257
1978	68	64	208	340
1979	73	64	226	363
1980	122	55	180	357
1981	173	53	176	402
1982	210	62	952	1,224
1983				
1984	195	57	821	1,073
1985				
1986				

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INNECAFE.

CONSUMO INTERNO

Ciclo	Miles de Sacos de 60 Kg
1950-51 ¹	200
1951-52	200
1952-53	200
1953-54	200
1954-55	200
1955-56	200
1956-57	250
1957-58	365
1958-59	426
1959-60	500
1960-61	600
1961-62	820
1962-63	950
1963-64	1,100
1964-65	1,239
1965-66	1,300
1966-67	1,350
1967-68	1,400
1968-69	1,450
1969-70	1,500
1970-71	1,500
1971-72	1,500
1972-73	1,500
1973-74	1,710
1974-75	1,650
1975-76	1,300
1976-77	1,400
1977-78	1,400
1978-79	1,400
1979-80	1,400
1980-81	1,500
1981-82	1,600
1982-83	1,700
1983-84	1,800
1984-85	
1985-86	

(1) En todos los ciclos anteriores se estima un consumo de 200,000 sacos

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

EXPORTACION DE CAFE

Ciclo	Sacos de 60 Kg
1949-50	869,000
1959-60	1'441,802
1964-65	1'427,957
1965-66	1'590,745
1966-67	1'373,376
1967-68	1'443,969
1968-69	1'477,917
1969-70	1'626,893
1970-71	1'511,284
1971-72	1'663,589
1972-73	2'409,335
1973-74	1'854,775
1974-75	2'272,513
1975-76	2'882,974
1976-77	1'947,896
1977-78	1'737,340
1978-79	3'070,004
1979-80	2'290,083
1980-81	1'952,406
1982-82	1'846,459
1982-83	3'109,799
1983-84	2'903,962

FUENTE: Estadísticas del Café
hasta 1986, de INMECAFE.

VOLUMEN Y VALOR DE LAS EXPORTACIONES DE CAFE
MEXICANO - CICLOS 1970 71 19

(Sacos de 60 Kg/miles de pesos M.N.)

CICLOS	VOLUMEN	VALOR
1970-71	1'511,284	\$ 1'085,627
1971-72	1'663,589	1'213,364
1972-73	2'409,335	2'216,525
1973-74	1'854,775	2'028,056
1974-75	2'272,513	2'050,561
1975-76	2'882,974	4'709,874
1976-77	1'947,896	12'109,815
1977-78	1'737,338	9'151,121
1978-79	3'070,000	13'300,000
1979-80	2'290,083	12'062,072
1980-81	1'952,406	7'584,355
1981-82	1'846,459	13'579,449
1982-83	3'109,700	385'340,935.59 (Dólares)
1983-84	2'903,962	445'332,840.81 (Dólares)

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

C A F E
E X P O R T A C I O N E S

AÑO	Sacos de 60 Kg
1952	873,393
1953	1'267,194
1954	1'111,675
1955	1'366,715
1956	1'260,466
1957	1'458,635
1958	1'311,561
1959	1'240,306
1960	1'383,841
1961	1'482,784
1962	1'565,112
1963	1'199,078
1964	1'772,545
1965	1'327,038
1966	1'536,489
1967	1'290,270
1968	1'518,838
1969	1'622,060
1970	1'413,200
1971	1'620,876
1972	1'724,205
1973	2'326,648
1974	1'991,571
1975	2'391,934
1976	2'750,778
1977	1'783,226
1978	1'970,207
1979	2'989,705
1980	2'185,341
1981	1'860,701
1982	2'081,469
1983	3'049,744
1984	2'831,923
1985	
1986	

FUENTE: Estadísticas del Café
hasta 1986, de INMECAFE.

IMPUESTOS GENERADOS POR EL CAFE

- Millones de pesos -

Año	Producción	Exportación	Total
1977	839	2,298	3,137
1978	1,108	1,604	2,712
1979	1,097	1,035	2,132
1980	1,085	1,097	2,182
1981	975	16	991

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

IMPUESTOS RECABADOS POR LA
EXPORTACION DE CAFE

Año	Millones de pesos (1)
1951	78
1952	79
1953	115
1954	163
1955	299
1956	296
1957	340
1958	233
1959	173
1960	193
1961	170
1962	68
1963	58
1964	97
1965	75
1966	73
1967	71
1968	91
1969	59
1970	31
1971	38
1972	48
1973	87
1974	110
1975	128
1976	1,292 (2)
1977	2,298 (2)
1978	1,604 (2)
1979	1,034 (2)
1980	1,097
1981	16
1982	1,724
1983	1,724
1984	2,382 (2)
	396 (2)

(1) Ajustados al millón de pesos.

(2) Datos de la Gerencia de Regulación
Comercial.

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986,
de INMECAFE.

EXPORTADORES EN EL CICLO 1978-79

Grupos de exportadores (incluido INMECAFE) - - - - - 26
 Compañías o exportadores individuales nominales - - - - - 81

El volumen de exportadores se integra:

78% { 35% INMECAFE
 43% particulares nominales

22% - - - otros particulares de cuyos
 nombres no se dispone.

La exportación en sacos de 60 kg es:

1979-80: 2'290,083

1980-81: 1'952,406

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

INGRESOS POR EXPORTACION DE CAFE EN RELACION
 CON EL VALOR DE LAS EXPORTACIONES AGRICOLAS
 Y TOTALES DE MEXICO A PARTIR DE 1970.

(Millones de dólares)

Años	Exportación	Exportaciones	Exportaciones	Relación	
	de café	Agrícolas	Totales	(1)/(2)-	(1)/(3)
	(1)	(2)	(3)	(%)	(%)
1970	93.1	415.8	1,289.6	22.4	7.2
1971	91.0	424.0	1,365.6	21.5	6.7
1972	105.0	504.5	1,666.4	20.8	6.3
1973	177.1	625.2	2,071.7	28.3	8.5
1974	169.8	580.7	2,853.2	29.2	6.0
1975	189.6	617.7	3,062.4	30.7	6.2
1976	412.8	923.9	3,655.5	44.7	11.3
1977	511.6	1,089.5	4,649.8	47.0	11.0
1978	424.0	1,307.3	6,063.1	32.4	7.0
1979	606.3	1,616.1	8,798.2	37.5	6.9
1980	463.9	1,424.1	15,307.5	32.6	3.0
1981	339.0	1,377.6	19,837.0	24.6	1.7
1982	350.3	1,096.9	21,229.7	31.9	1.6
1983	389.5	1,063.3	21,398.8	36.6	1.8
1984					
1985					
1986					

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

ANTICIPOS A CUENTA DE COSECHA MINISTRADOS A SOCIEDADES POR DELEGACIONES
1984 - 1985

DELEGACION	No. DE MUNICIPIOS	No. DE UEPC	No. DE SOCIOS	HECTAREAS EN PRODUCCION	PRODUCCION ESTIMADA	QUINTALES COMPROMETIDOS	TOTAL MINISTRADO
TAPACHULA	15	227	7,254	28,057-20	286,045.5	135,558	\$ 352'450,800
TUXTLA	50	552	20,520	49,264-75	454,660	200,226	520'587,600
CORDOBA	24	242	9,719	25,980-75	196,540	49,460	128'596,000
HUATUSCO	13	106	5,421	13,215-75	227,274	96,631.6	251'242,160
LOS TUXTLAS	30	167	7,649	22,072-25	121,303	52,561	136'658,600
COATEPEC	19	140	6,507	17,016-33	240,883	70,275	182'715,000
TLAPACOYAN	17	273	12,269	19,613-32	247,214	66,082	171'813,200
OAXACA	78	230	13,865	51,543-75	245,872	105,573	274'489,800
HUAUTLA	22	235	14,279	34,196-00	198,283	86,268	224'296,800
XICOTEPEC	30	259	12,878	26,298-75	305,204	65,573	170'489,800
ZACAPOAXTLA	30	133	9,160	11,837-75	119,372	40,757	105'968,200
TAMAZUNCHALE	--	---	-----	-----	-----	-----	-----
HUEJUTLA	--	---	-----	-----	-----	-----	-----
TEPIC	7	40	1,958	12,038-50	65,678	18,222	47'377,200
COLIMA	10	25	603	2,282-80	9,159	3,315	8'619,000
ATOYAC	7	39	3,276	15,663-00	71,372	31,166	81'031,600
T O T A L	352	2,668	125,358	329,080-90	2'788,859.5	1'021,667.6	\$2,656'335,760

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

IMPORTACIONES DE CAFE HECHAS POR JAPON

Café verde, instantáneo y extracto

- Toneladas -

AÑO	CANTIDAD	INDICE DE PRECIOS
1970	89,456	100
1971	76,571	86
1972	105,346	118
1973	134,324	150
1974	96,830	108
1975	122,023	136
1976	159,595	178
1977	148,718	166
1978	112,357	126
1979	200,293	224
1980	194,464	217
1981	199,421	223
1982	213,168	238
1983	229,248	256
1984	251,251	281

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

CONSUMO DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS EN JAPON

ANO	CAFE		CAFE		TE		TE		BEBIDAS		BEBIDAS		BEBIDAS		CAFE	
	NORMAL		INSTANTANEO		VERDE		NEGRO		CARBONATADAS		DE COLA		DE FRUTA		ENLATADO	
	TONS	INDICE	TONS	INDICE	TONS	INDICE	TONS	INDICE	TONS	INDICE	TONS	INDICE	TONS	INDICE	TONS	INDICE
1970	23,042	100	12,562	100	98,476	100	6,672	100	2,008	100	920	100	443	100	---	---
1971	27,472	119	15,491	123	97,937	99	7,523	113	2,314	115	966	105	483	109	---	---
1972	31,339	136	16,030	128	104,429	106	7,176	108	2,670	133	990	108	530	120	9	---
1973	37,425	162	14,989	119	111,826	114	8,408	126	3,203	159	1,060	115	620	140	26	---
1974	42,502	189	25,154	200	99,042	101	8,924	134	2,935	146	940	102	713	161	68	---
1975	47,242	205	25,495	203	111,108	113	7,494	112	2,799	139	835	91	903	204	128	100
1976	51,172	222	26,853	214	105,037	107	7,137	107	2,795	139	890	97	1,328	300	193	151
1977	46,084	200	24,620	196	104,301	106	7,685	115	3,174	158	1,150	125	1,538	347	263	205
1978	50,124	218	22,690	181	105,938	108	6,902	103	3,408	170	1,255	136	1,821	411	374	292
1979	60,165	261	35,291	281	100,577	102	7,430	111	3,362	167	1,166	127	1,928	435	495	387
1980	64,768	281	31,422	250	104,027	106	7,601	114	2,855	142	978	106	1,803	407	563	440
1981	65,858	286	33,257	265	103,770	105	6,836	102	2,668	133	901	98	1,810	409	638	498
1982	67,946	295	36,636	292	98,468	100	7,075	106	2,641	132	891	97	1,844	416	750	585
1983	74,363	323	37,232	296	103,042	105	6,882	103	2,758	137	907	99	1,845	416	878	686
1984	77,737	337	39,585	315	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ND: Datos no disponibles.

FUENTE: ESTADISTICAS DEL CAFE HASTA 1986, DE INMECAFE.

MEXICO: EXPORTACIONES A MIEMBROS Y NO MIEMBROS DE LA
OIC POR CICLOS COMERCIALES 1979/80 - 1984/85.

- Sacos de 60 kilos -

AÑO	MIEMBROS	NO MIEMBROS	TOTAL
1979-80	2,253	37	2,290
1980-81	1,884	69	1,953
1981-82	1,808	38	1,846
1982-83	1,878	1,231	3,109
1983-84	2,073	830	2,904
1984-85	1,957	1,049	3,007

(:) Incluye estimaciones de septiembre.

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

UBICACION DE LAS EXISTENCIAS DE CAFE DE CALIDAD EXPORTABLE
VERIFICADAS AL 31 DE MARZO DE 1984 Y DE 1985

Ubicación	Número de bodegas		Existencias de café (miles de sacos)	
	1984	1985	1984	1985
<u>TOTAL</u>	<u>831</u>	<u>736</u>	<u>16.086</u>	<u>11.023</u>
Bahía	33	26	233	111
Espírito Santo	64	78	1.302	878
Minas Gerais	163	133	2.398	1.559
Paraná	166	140	7.341	4.764
Río de Janeiro	46	47	266	193
São Paulo	359	309	4.546	3.519
Sergipe	0	3	0	-

Nota: Los totales no siempre coinciden con la suma de las correspondientes partidas, por haber sido redondeadas las cifras.

- Menos de 500 sacos.

FUENTE: Estadísticas del Café hasta 1986, de INMECAFE.

BALANZA COMERCIAL DE ME
(Millones de d

Concepto	Varia ción anual		Varia ción anual		Varia ción anual	
	1980	%	1981	%	1982	%
Exportaciones totales	15,132.2	71.6	19,419.6	28.3	21,229.7	9.3
Petroleras	10,441.3	162.7	14,573.3	39.6	16,016.4	13.1
No petroleras	4,690.8	03.1	4,846.3	3.3	4,752.5	-1.9
Agropecuarias	1,527.9	-14.1	1,480.9	-3.1	1,233.3	-16.7
Extractivas	511.9	51.5	677.3	32.3	501.6	-25.9
Manufactureras	2,651.0	02.8	2,688.2	1.4	3,017.6	12.3
Sector público	11,537.9	124.0	15,847.1	37.3	17,788.5	12.3
Petroleras	10,436.2	163.4	14,567.2	39.6	16,460.7	13.0
No petroleras	1,101.6	-7.3	1,279.8	16.2	1,327.8	3.8
Agropecuarias	357.5	-25.2	302.5	-15.4	319.6	5.7
Extractivas	322.6	66.2	465.2	44.2	347.8	-25.2
Manufactureras	421.5	-18.4	511.5	21.4	660.4	29.1
Sector privado	3,594.4	-2.0	3,573.1	-0.6	3,441.2	-3.7
Petroleras	5.2	-57.4	6.1	17.3	16.5	170.5
No petroleras	3,589.2	-1.8	3,567.0	-0.6	3,424.7	-4.0
Agropecuarias	1,170.4	-10.0	1,178.3	0.7	913.8	-22.4
Extractivas	189.3	31.7	212.1	12.0	153.8	-27.5
Manufactureras	2,229.5	1.0	2,176.7	-2.4	2,357.2	8.3

FUENTE: Banco de México. Indicadores Económicos.

XICO 1980 - 1986
(lares)

1983	Varia ción anual %	1984	Varia ción anual %	1985	Varia ción anual %	1986	Varia ción anual %
22,312.0	5.1	24,196.0	8.4	21,866.4	-9.6	15,775.1	-27.8
16,016.4	-2.8	16,601.3	3.7	14,766.8	-11.1	6,307.2	-57.3
6,294.9	32.5	7,594.7	20.6	7,099.6	-6.5	9,467.8	33.4
1,188.7	-3.6	1,460.8	22.9	1,322.7	-9.5	2,106.6	59.3
523.7	4.4	539.1	2.9	510.3	-5.3	509.7	n.s.
4,582.6	51.9	5,594.8	22.1	5,266.6	-5.9	6,851.5	30.1
17,359.4	-2.4	17,803.6	2.6	15,813.3	-11.2	7,611.0	-51.9
15,960.1	-3.0	16,499.9	3.4	14,683.8	-11.0	6,217.6	-57.7
1,399.2	5.4	1,303.7	-6.8	1,129.5	-13.4	1,393.4	23.4
275.4	-13.8	289.4	5.1	246.2	-14.9	351.6	42.8
356.9	2.6	316.1	-11.4	327.7	3.7	325.8	0.6
766.9	16.1	698.2	-9.1	555.6	20.4	716.1	28.9
4,952.6	43.9	6,392.5	29.1	6,053.2	-5.3	8,164.0	34.9
57.0	254.4	101.4	77.9	83.0	-18.1	89.6	8.0
4,895.5	42.9	6,291.1	28.5	5,970.1	-5.1	8,074.4	35.2
913.0	n.s.	1,171.5	28.3	1,076.5	08.1	1,755.1	63.0
166.7	8.4	223.0	33.8	182.6	-18.1	183.9	0.7
3,815.9	61.9	4,896.6	28.3	4,711.0	-3.8	6,135.4	30.2

B I B L I O G R A F I A

La información fué adquirida en la Biblioteca del Instituto Mexicano del Café en Jalapa, Veracruz, denominada Centro de Información Cafetalera Matías Romero.

Los libros consultados fueron los siguientes:

- 1) Producción Moderna del Café.
Autor: A.E. Haarer de Editorial C.E.C.S.A.
- 2) Estudio Mundial del Café.
Autor: C.A. Krug y R.A. Poerk de Editorial Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Información.
- 3) Estadísticas del Café hasta 1986.
Editada por el INMECAFE.
- 4) Tesis: Análisis de la Partición del Café Mexicano.
Autor: Guillermo Elías Munguía Serna de la UNAM.
- 5) Dirección de Mercadotecnia.
Autor: Phipip Kotler de Editorial Diana.
- 6) Elementos de la Mercadotecnia.
Autor: Alfonso Aguilar Alvarez de Alba Editorial CECSA.
- 7) Centro Nestlé de Información al Consumidor, Apartado Postal 105-266, C.P. 11520, México, D. F. Con apuntes del Diccionario del Café de Alfonso Rochac, 1964, Of. Panamericana del Café. Con resumen de Coffee Processing Technology Vol. I y II de Michael Sivetz and Elliot Foote, 1963, The Avi Publishing Co. Inc.