

PLAN MAESTRO
SISTEMA PRODUCTO CAMARON TABASCO A.C.

Índice

Introducción	2
Análisis General del Sistema Producto Camarón Tabasco A.C.	3
Integración de Información de Mercados.	4
Análisis del Eslabón del Insumo Biológico (Acuacultura).	4
Análisis del Eslabón de Producción.	7
Análisis del Eslabón de Industrialización.	7
Análisis del Eslabón de Comercialización.	8
Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón del Insumo Biológico.	10
Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón de Producción.	13
Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón de Industrialización.	15
Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón de Comercialización.	19
Análisis de Otros Proveedores Complementarios de la Red.	21
Integración de Información de la Red.	27
Programa Estratégico de Crecimiento.	45
Optimización de la Oferta.	55
Concentrado de Proyectos.	60

Introducción

En una sociedad globalizada en todos los aspectos, el desarrollo de programas sustentables para zonas en desarrollo, como pueden ser la ubicadas en la región de la chontalpa en el estado de tabasco, nos lleva a zonas que debido a su escaso desarrollo, que han sido golpeadas por la inclemencia de la naturaleza, permite a sus habitantes el desarrollar una actividad económica con grandes expectativas comerciales en un futuro cercano.

Esto nos lleva al desarrollo del presente proyecto, el cual fungirá como un plan de desarrollo para el Comité Sistema Producto Camarón Tabasco A.C.

Por lo tanto en este trabajo abarcaremos todos los aspectos ligados a la producción de este bien, abarcando parte técnica, comercial, proveedores de insumos, y todos aquellos que estén vinculados con esta actividad.

Análisis General del Sistema Producto Camarón Tabasco A.C.

En el estado de Tabasco el sistema producto camarón se encuentra en una etapa de crecimiento.

Por lo tanto es importante el contar con un Plan Maestro que funcione para sentar las bases a través de un diagnóstico real de lo que acontece en este sector productivo en la entidad, esto servirá para establecer una planeación estratégica que ayudara a que esta actividad sea más rentable para los productores.

Las principales carencias del Comité Sistema Producto Camarón Tabasco A.C., son la infraestructura de las granjas, la falta de proveedores de insumos en la región, así como la falta de canales de distribución alternos para el camarón.

También debemos considerar factores como la competencia, el acceso a recursos económicos, apoyos gubernamentales, restricciones del mercado, capacitación, asistencia técnica y comercial.

Por lo tanto este documento servirá como base para las actividades futuras a realizar por el Comité Sistema Producto Camarón Tabasco A.C.

Integración de Información de Mercados

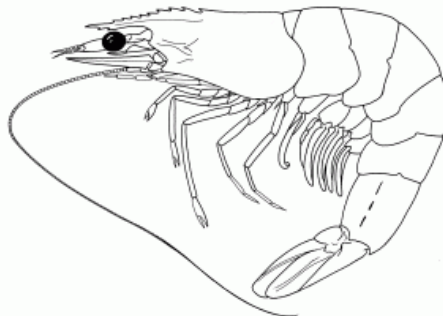
I. Presentaciones actuales y potenciales de la región.

En la región del litoral del golfo de México y mar del Caribe que es la zona en donde se encuentra el estado de tabasco, encontramos que se cuenta con las presentaciones en peso, congelado, mientras que existe una gran oportunidad de incursión en mercado del comité sistema producto camarón tabasco. La única presentación que se oferta en esta zona es la siguiente a como se muestra en las imágenes.



Para entender mejor los términos y indagar más sobre la especie que se maneja así como a continuación se presentara una tabla así como imágenes del ciclo de producción

Nombre Científico: *Litopenaeus Vannamei* o Camarón Blanco

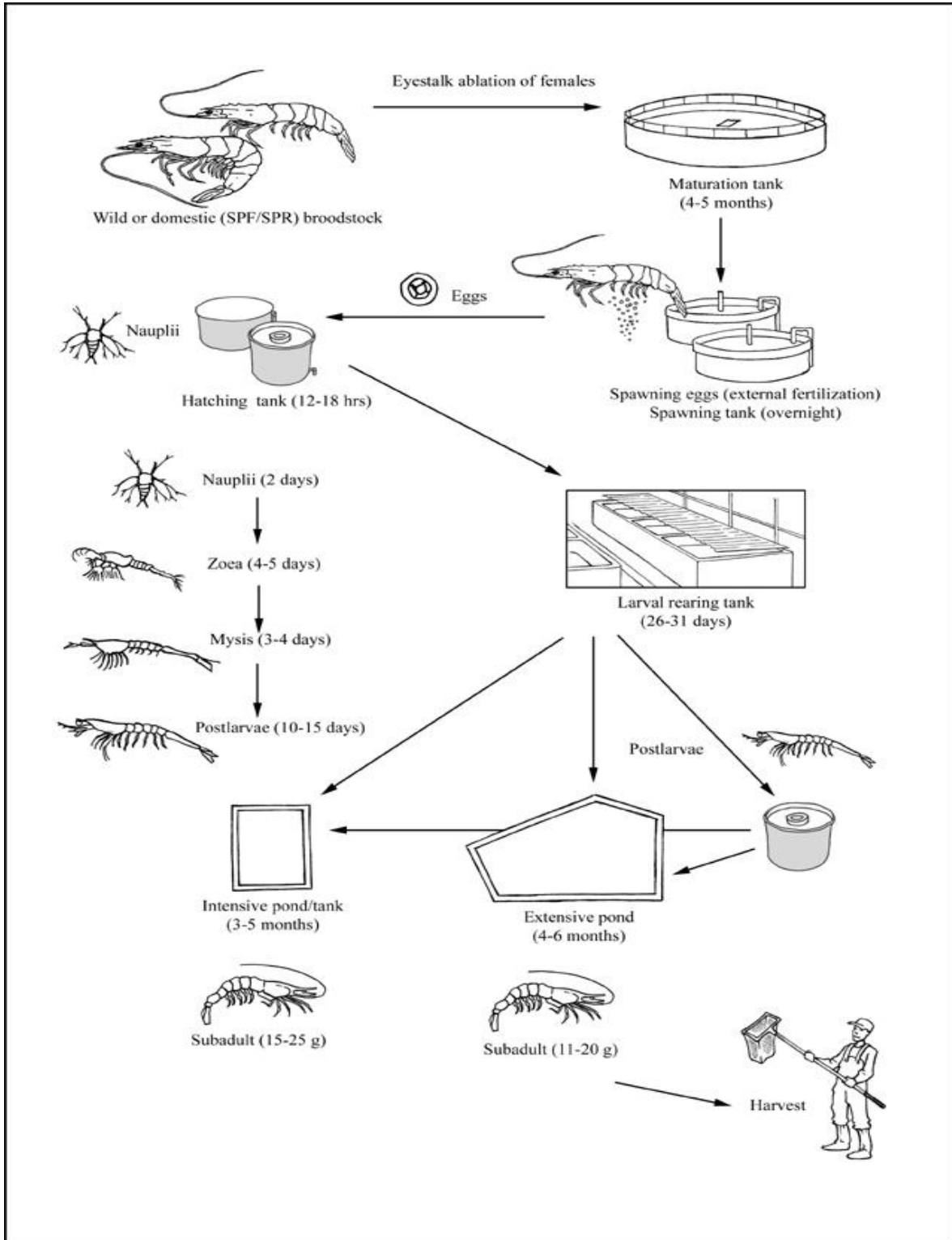


Rasgos Biológicos:

Rostrum moderadamente largo con 7–10 dientes dorsales y 2–4 dientes ventrales. En los machos maduros petasma simétrico y semi abierto. Espermatóforos complejos, consistentes de masa espermática encapsulada por la vaina. Las hembras maduras tienen el télico abierto. Seis nauplios, tres proto-zoeas, y tres etapas de mysis. Su coloración es normalmente blanca translúcida, pero puede cambiar dependiendo del sustrato, la alimentación y la turbidez del agua. Talla máxima 23 cm, con CL máxima de 9 cm. Comúnmente las hembras crecen más rápidamente y adquieren mayor talla que los machos.



Así mismo se presenta a continuación el ciclo de reproducción de Penaeus.



II. Precios de las presentaciones actuales y potenciales en los mercados conocidos y desconocidos.

En la siguiente tabla mostraremos los precios de las presentaciones en el mercado así como de cada presentación que se ofertan en los mercados principales del país según su origen en el mes de noviembre y meses anteriores.

- **VER ANEXO 1 (LISTA DE PRECIOS)**

III. Cantidades demandadas de cada presentación actual y potencial en los mercados conocidos y desconocidos.

En cuanto a las cantidades que se demandan en los mercados actuales se tienen datos que tan solo en para consumo humano en México se comercializa mas de 100,000 de toneladas anuales en las diferentes presentaciones en que se comercializa el camarón en nuestro país.

Y al hablar del comité en si se conoce que los clientes con los que cuentas actualmente son muy y aun así en ocasiones no alcanzan a

cubrir con todas las expectativas y la demanda de los mismos, estos clientes principalmente se encuentran en el mercado de la ciudad de Cárdenas y de la ciudad de Villahermosa en el estado de tabasco, al igual venden el producto a restaurantes de la zona y de la ciudad de Villahermosa, las cantidades que venden o que logran mover va dependiendo en las cantidades que logran cosechar las cuales se encuentran entre 3 y 4.5 toneladas cada 3 o 4 meses por granja, esto debido a la falta de capital de trabajo que es la debilidad mas grande con la que cuenta el comité y el sistema.

IV. Tiempos de entrega requeridos de cada presentación actual y potencial en los mercados conocidos y desconocidos.

El único registro con el que se cuenta es del camarón entero con cascara y se tienen registros de que el tiempo de entrega es de aproximadamente 3 meses que seria el tiempo en el cual se tarda en cultivo o etapa de crianza.

V. Costos de las presentaciones actuales y potenciales de la región en los mercados conocidos y desconocidos.

En el estado de tabasco se consulto los costos de los productos en 2 de las tiendas mas concurridas de la entidad y los resultados fueron

SUPERAMA	
Presentación	Precios x Kg.
Camarón chico sin Cabeza	\$ 105.00
Camarón para Coctel	\$ 129.00
Camarón Emperatriz	\$ 109.00
Camarón Jumbo sin Cabeza	\$6 por pieza

Chedraui	
Presentación	Precios x Kg.
Camarón chico sin Cabeza	\$ 103.00
Camarón Cocktelero	\$ 115.00
Camarón Emperatriz	\$ 109.00
Brochetas de Camarón	\$ 87.00
Nuggets de camarón	\$ 75.80

VI. Temporadas óptimas de ventas de cada presentación actual y potencial en los mercados conocidos y desconocidos.

Según los consumos del producto y de acuerdo a las temporadas durante una investigación se llegó a la conclusión de que es un producto que se consume durante prácticamente todo el año, pero tiene sus picos de consumo durante las temporadas de calor que son los meses de marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto que pertenecen a las estaciones de primavera y verano que serían las 2 primeras producciones del año. Al igual en el mes de diciembre el camarón tiene un gran auge para las fiestas de navideñas así como días subsecuentes. Aunque para la producción este mes sea uno de los de producción más lenta.

VII. Proyecciones de b, c y e para todos los años necesarios hasta llegar a PMS.

Para poder hablar de una producción máxima sustentable del comité y de este sistema tendríamos que esperar como mínimo un periodo de 5 años esto para que en este lapso de tiempo los productores que integran este sistema puedan estandarizar sus producciones en un promedio de 4.5 toneladas por estanque sembrado, y después de que se hayan pagado los financiamientos o

apoyos que se logren conseguir para continuar con el crecimiento de este comité.

VIII. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Productores de la Región.
 - Taller para la constitución del Sistema Producto Camarón Tabasco AC.
- Fuentes secundarias:
 - Anuario Estadístico de Pesca 2007, México SAGARPA-CONAPESCA.
 - Directorio Nacional de Acuicultura 2006, México SAGARPA-CONAPESCA.
 - SNIIM-Secretaría de Economía, México.
 - Paginas Web de Proveedores Nacionales.
 - SIAP. SAGARPA.

Análisis del Eslabón del Insumo Biológico (Acuicultura)

I. Datos de proveedores actuales y potenciales nacionales (generales, giro, ubicación, clientes, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

En la siguiente tabla se hace mención de algunas empresas productoras de insumos biológicos acuícolas del país. Teniendo como resultado que la gran mayoría de este tipo de industrias se concentran en la zona Noroccidental de México, en los estados de Sinaloa y Sonora.

De la misma manera se detecto que en la zona sureste del país solamente se encuentran distribuidores o revendedores de este insumo.

Sinaloa

Nombre	Larv-Mar SA de CV
Especie	Larva de Camarón
Presentación	
Contacto	Joaquín Márquez Murrieta Carretera vieja a los Mochis-San Blas s/n,
Dirección	Ejido Miguel Hidalgo
Municipio	Ahome
Teléfono	(01 668) 81-80-020

Nombre Acuícola Sacahui SPR de RI
Especie Larva de camarón
Presentación A granel por millar
Contacto Aldonso Angulo Camacho
Dirección Calle 500 s/n, Colonia El Cubilete
Municipio Guasave
Teléfono (01 687) 88-34-181

Nombre Acuagranjas del Pacífico SA de CV
Especie Larva de Camarón
Presentación A granel por millares
Contacto Miguel Ávila Tamayo
Dirección Marismas del Ejido El Capateado
Municipio Culiacán
Teléfono (01 667) 75-15-440

Sonora

Nombre	Larvas Génesis SA de CV
Especie	Larva de Camarón
Presentación	A granel por millar
Contacto	Lorenzo Valenzuela Aguirre
Dirección	Allende 1032, Colonia Centro
Municipio	Cd. Obregón
Teléfono	(01 644) 41-36-617

Alimento TABASCO

Distribución	Dirección	Teléfono
Filigrana Lezama Ovidio	Pino Suárez No. 3 Col. Centro, Jonuta, Jonuta, Tabasco C.P. 86780	O1 (913) 36 7 05 40
Perez Ovando Flor de Liz	Av 53 Col. Centro, Tenosique, Tabasco C.P. 86900	(934) 3422071
Impulsora Agricola Ganadera de Teapa, S.A. de C.V.	Av Carlos Ramos No. 109 Col. Centro, Teapa, Tabasco C.P. 86800	(1932) 3220167
Davish Casab Nahima	Soledad G. Cruz No. 203 Col. Fracc. Oropeza,	993 352 23 51Antonionazarb @msn.com
De la Fuente Peralta Danelia	Lerdo No. 503 Coalcalco, Tabasco C.P. 86300	(933) 3340506 Eltordillo1 @hotmail.com
Palos Díaz Antonio	Pedro C. Colorado No. 284 Col. Centro, Huimanguillo, Tabasco C.P. 86400	(917) 3750297
Villa Cruz Ramón	Av Lazaro Cardenas Col. Centro, H, Cardenas, Tabasco,	(937) 3726059 Villa-r6 @hotmail.com
Cruz Enriquez Patricia Graciela	Adolfo López Mateos No. 125 b Col. Pueblo Nuevo, H, Cardenas, Tabasco, Tabasco C.P. 86410	(937) 3721164
Ambrocio Gachus Amelia Cruz	Av 16 de Septiembre Col. Centro, Huimanguillo, Villa Chontalpa, Tabasco C.P. 86440	(993) 31127510

VERACRUZ

Distribución	Dirección	Teléfono
Morin Garza Rosa Alicia	Boulevard Ruiz Cortinez No. 108 Col.Obrera, Poza rica, Poza, RicaVeracruz93260	(782) 8223298
Imperio Real, S.A. de C.V.	Independencia No.83 Col. Plan de AyalaTihuatlan, Tihuatlan, Veracruz C.P. 92300	(782) 8221430
Gómez Ramírez José Ramón	Central Norte No. 105 Col. Obrera Poza rica, Poza Rica, Veracruz C.P. 93260	(782) 8221430
Araujo Tovar Diana Edith	Venustiano Carranza No. 4 Col. Espinal Miguel Aleman Valdez Veracruz C.P. 91320	(784) 1007044
Alimentos y Viveres San Rafael, S.A. de C.V.	Carretera Nacional S/n El Pirzo San Rafael San RafaelVeracruz C.P. 93620	(232) 325 06 50
		Alvisar@prodig

Becerra Bello Alicia Avigay	Hidalgo Norte No. 5 Col. Centro Las Vigas de Ramírez, Las Vigas de Ramírez Veracruz C.P. 91330	(282) 831 40 38
Monje Villalobos Francisco Javier	Jóse Maria Arteaga No. 2 Col. Centro Coatepec Coatepec Veracruz C.P. 91500	(228) 816 08 18
		Malta_monge@
Morales Ma. Del Carmen Eutiquia	Hidalgo No.124 Col. Centro Xico Xico Veracruz C.P. 91240	(228) 813 03 28
Nutrimentos del Puerto, S.A. de C.V.	Independencia No. 843 Col. CentroMedellinEl TejarVeracruzC.P. 94273	(285) 971 20 82
Ortega Castellanos Juan Carlos	Av. 2 Poniente No.414 Col. Centro Huatusco HuatuscoVeracruz C.P. 94100	(273) 734 27 77
Suárez Sánchez Héctor Oscar	Niños Heroes S/n Col. Centro Naolinco Veracruz	(279) 981 55 09
Barragan Marin Jaime Estanislao	Juárez No. 11 Col. Centro Ixhuatlan de MaderoVeracruzC.P. 92680	(746) 8438062

Almacenes Ibarra, S.A. de C.V.	Carretera Panuco--Tuxpan km.. 2 s/n Col. independencia panucoVeracruzC.P. 92000	(846) 2661459
Perez Hernández Ma. De rosario	Lazaro Cardenas No. 12 Col. Centro naranjos VeracruzC.P. 94270	(768) 8550939
Casados Sainz Jesús	Vicente Gguerrero No. 19 Col. Centro Citlaltepec Veracruz C.P. 92230	(785) 8560036
Robles Faticati José Guadalupe	Domicilio conocido s/n Col. Centro corozal Veracruz C.P. 42101	(789) 8822050
Aguilar Ibarra Irene Elizabeth	Francisco I Madero No. 148-a Col. Centro tantoyuca Veracruz C.P. 92101	(789) 8932250 Agrovetlagranja@prodigy.net..mx
Arroyo Perez Jorge	Erasmus Castellanos No. 495 Col. Buena Vista Santiago TuxtlaVeracruzVeracruz	(294) 9471581
Alcudia Perez Carlos	Av Juárez S/n Col. Tenosique tabasco Veracruz C.P. 86410	(934) 3422071

Orozco Escarsega Rufina	Hidalgo No. 177 Col. Centro Playa Vicente TabascoVeracruz C.P. 95600	(283) 8710272
Espinoza Barradas Domitilo	Francisco J. Moreno No. 495 Col. CentroAngel r CabadaVeracruzVeracruz C.P. 95841	(284) 9460356
Consorti o Agrop. De las Choapas, S.A. de C.V.	Av 20 de Noviembre No. 1232 Col. bLa SabanaLas ChoapasVeracruz C.P. 96980	(923) 2372065
		Conagrolch@prodigy.net. mx
García López Inocencia	Av Independencia S/n Col. CentroJesus Carranza Suchilapan Veracruz C.P. 96970	(924) 2441165
Montero Morales Genaro	Av 20 de Noviembre No. 1258 Col. La SabanaLas ChoapasVeracruz C.P. 96980	(923) 1008037
Pavon Rosales Daniel Fernando	Gerrero No. 28 Col. Centro Cosoleacaque Veracruz	(922) 2238233
Ariza Torres Rosa María	Matamoros No. 432 Col. Centro Cd isla Veracruz C.P. 95641	(283) 8745127

Sobrino Díaz José	Juan de la Luz Enriquez No. 316 "6" Col VillaltaAcayucan, Veracruz C.P. 96026	(924) 2451885
García Montes Daniel	Josefa Ortiz de Domínguez S/n Col. Centro Playa Vicente Veracruz C.P. 95620	(283) 8714008
		Daga-98@hotmail.com
Veracruz ana de Abarrotes	Aldama S/n Col. Centro Martinez de la Torre, Martinez de la TorreVeracruz C.P. 93600	(232) 329 36 00
		Veca_vasa@pr

II. Datos de proveedores actuales y potenciales extranjeros (generales, giro, ubicación, clientes, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Según datos de la ANPLAC “Asociación Nacional de Productores de Larva de Camarón” en el extranjero dos de los países mas fuertes en cuanto a producción de postlarva se refiere son el Ecuador y Brasil ya que en estos países tienen producciones continuas durante el año.

TEXCUMAR	
NOMBRE	Winston Verduga
CARGO	Gerente de Ventas
TEL.	99194645
Email.	wverduga@texcumar.com
PAIS	Ecuador
Producto	Larva de camarón y Naupilus

III. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el siguiente eslabón.

En cuanto a la calidad del producto que se producen en las granjas es optima para el consumo humano así como para la comercialización del mismo, ya que se cuentan con todos los estudios así como los análisis para la producción. Así mismo se cumple con los estándares requeridos por el siguiente eslabón como son:

- Tamaño del camarón
- Sabor del camarón
- Volúmenes de producción

Estos como los mas importantes entre otros, pero al igual quedan algunos pendientes como empaque y diversidad de productos.

Mapa concentrador de la ubicación de los proveedores.



Los principales proveedores de los insumos biológicos se encuentran en los estados de Sinaloa, Sonora, Jalisco y en la actualidad el distribuidor que se tiene en el Sistema Producto Camarón A.C. se encuentra en el estado de Veracruz, ya que el distribuidor del estado de Tabasco por motivos de remodelación de sus instalaciones se encuentra cerrado.

IV. Datos de producción y capacidad de producción de los proveedores.

En la zona del litoral del Golfo y del mar Caribe no se cuentan con proveedores directos de insumos, solamente hay distribuidores de estos, los cuales no incurren en costos relacionados con la producción, solamente con costos de comercialización los cuales también son muy reducidos ya que los clientes tienen que pagar por el flete de los insumos.

En cuanto a costos de producción se sabe que en México se maneja un costo superior que en el resto de los países productores de Latinoamérica que va entre los 4 y 5 dólares el millar de postlarva mientras que en Ecuador principal país productor de larvas el precio va entre los 0.9 y los 2.5 dólares, en Brasil otro productor importante en Latinoamérica los precios oscilan entre 1 y 3 dólares y en el resto de Centroamérica los precios están entre 1.5 y 3 dólares.

V. Tiempo que se lleva producir una unidad.

Los tiempos que se llevan cada una de las presentaciones o las unidades, son mínimos lo que retrasa las producciones son los tiempos cosechas que van desde 2.5 meses hasta los 4 meses

dependiendo la temporada del año así como condiciones climatológicas que también llegan a afectar este punto.

VI. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación.

En cuanto a la capacidad de almacenamiento con la que cuentan los productores y distribuidores de larva de camarón es buena ya que cuentan con suficiente espacio para el almacenaje de dicho insumo. Esto contemplando que la forma de almacenaje es en tinas con oxigenación y que a la hora de la distribución lo hacen en tinacos de gran capacidad también con oxigenación.

VII. Participación en el mercado de cada uno de los proveedores.

Actualmente solamente se cuenta con un solo proveedor tanto de alimentos como de larvas para las producciones teniendo como resultado un solo precio y solo ofertamiento de productos, así que se podría decir que entre estos distribuidores acaparan el mercado local en cuanto a las granjas acuaculturas en el estado de

tabasco se refiere, esto ocasionado por la falta de búsqueda de nuevos proveedores

VIII. Precios de cada uno de los insumos y cotización de economías de escala.

Insumos	Precios
Larvas x millón	\$75,000
Alimento x tonelada	\$12,200
Diesel x litro	\$8.10
Hipoclorito x litro	\$2.50
Cal x kilo	\$10.00

Fuente: Entrevista de campo

Autor: AGM Consultores

IX. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

Los costos extras en que incurren los proveedores de insumos biológicos son:

- Distribución
- Almacenamiento
- Inventario
- Electricidad
- Infraestructura (tanques y piletas)
- Tecnificación.

Cabe señalar que la información presentada es de carácter referencial debido a que en el estado no se cuenta con ningún proveedor calificado de este tipo de insumos; el proveedor actual de este sistema producto se encuentra en el estado de Veracruz y es un revendedor de los productores de larvas ubicados en los estados de Sinaloa y Sonora, por lo tanto este tipo de empresas no incurren en costos de producción, investigación ni desarrollo por lo que funcionan como distribuidores de estos insumos en la región.

X. Precios de venta al siguiente eslabón y cotizaciones de economías de escala.

El precio de la larva al productor tabasqueño libre a bordo en los laboratorios del distribuidor en Veracruz es el siguiente:

Precio de la Larva

\$ 2.22 mx.

Este precio corresponde a la conversión realizada de seis larvas por un dólar americano, considerando el tipo de cambio de \$13.333

XI. Rentabilidad del eslabón.

En cuanto a la rentabilidad del eslabón según información obtenida en las investigaciones documentales y de campo se considera como un área de oportunidad sumamente importante debido a su alto potencial económico, a la falta de esta proveeduría especializada en la región, al impulso gubernamental al sector y a los factores externos (tales como la demanda potencial, incremento en el auge de la acuacultura), que en conjunto abren este nicho de mercad como un nuevo negocio para el Sistema Producto.

XII. Nivel tecnológico del eslabón.

Considerando que los proveedores de insumos representados en este eslabón son empresas que vieron un nicho de mercado y una oportunidad de hacer negocios extras a su actividad económica preponderante cuentan con el equipo e infraestructura mínima para comprar a proveedores almacenar y distribuir a productores acuícolas; es decir, operan como “distribuidores Improvisados”

XIII. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones.

En este apartado se considera que se tiene todos los estudios necesarios para cumplir con los requisitos que ponen la SAGARPA y CONAPESCA así como los estudios y requerimientos por parte de la SEMARNAT para poder establecer un negocio de crianza de larvas, así como exámenes a la hora de la industrialización por parte de secretaria de salud como estudios nutrimentales, de inocuidad, etc. Un ejemplo de estos análisis y estudios podrían ser los siguientes:

- Análisis Histopatológicos
- Análisis Bacteriológico del camarón

- Análisis Bacteriológico del agua
- Análisis de pisos.

A continuación se mostrara una tabla con los principales exámenes requeridos para este eslabón, así como con los tiempos en días hábiles y el tamaño de la muestra que se requiere para la elaboración del mismo.

No.	Descripción	Duración de la técnica	Número de muestras por semana
I	Análisis histopatológico de larvas y postlarvas	5-7 DIAS	50
	(PL-15), para la detección de patógenos virales como: IHNV, TSV, YHV Y WSSV así como de bacterias intracelulares, protozoarios, hongos y Epibiontes con tinción de hematoxilina-eosina u otras tinciones.		
	(Muestra de 50 larvas o de 1-20 postlarvas)		
II	Análisis histopatológico de juveniles tempranos y tardíos, para la detección de patógenos virales como: IHNV, TSV, YHV Y WSSV así como de bacterias intracelulares, protozoarios, hongos y Epibiontes con tinción de hematoxilina-eosina u otras tinciones.	5-7 DIAS	50
	(Muestra de 1 a 10 organismos)		
III	Análisis histopatológico de adultos, para la detección de patógenos virales como: IHNV, TSV, YHV Y WSSV así como de bacterias intracelulares, protozoarios, hongos y Epibiontes con tinción de hematoxilina-eosina u otras tinciones.	5-7 DIAS	50
	(Muestra de 5 organismos)		

IV	Análisis por montura húmeda de larvas y postlarvas, para la detección de bacterias, protozoarios, epibiontes y hongos	24 HORAS	150
	(Muestra de 50 larvas y de 1-20 postlarvas)		
V	Análisis por montura húmeda de juveniles y adultos, para la detección de patógenos virales como: IHHNV, TSV, y WSSV así como de bacterias intracelulares, protozoarios, hongos y Epibiontes.	24 HORAS	150
	(Muestra de 1 a 10 organismos)		

XIV. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

En México se piensa que aun hay muchos puntos de mejora para poder competir contra los mejores productores de insumos biológicos del mundo pero principalmente contra los más importantes en América Latina y Centro América tales como lo son Ecuador y Brasil.

Ya que en estos países se tienen producciones continuas durante todo el año mientras que en México se tienen producciones estacionales, por esto es que los costos de producción de un millar de larvas se elevan de sobremanera, y si a esto le agregamos que los laboratorios que producen dicho insumo le agregan los costos de distribución se llega al precio tan elevado mientras que en los demás países en su mayoría no tienen este servicio de entrega a los clientes.

XV. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Productores de la Región.
 - Taller para la constitución del Sistema Producto Camarón Tabasco AC.

- Fuentes secundarias:
 - Anuario Estadístico de Pesca 2007, México SAGARPA-CONAPESCA.
 - Directorio Nacional de Acuicultura 2006, México SAGARPA-CONAPESCA.
 - SNIIM-Secretaría de Economía, México.
 - Paginas Web de Proveedores Nacionales.
 - SIAP. SAGARPA.

Análisis del Eslabón de Producción

- I. Datos de productores actuales y potenciales nacionales (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).**

A continuación se presentara la información de una muestra de los productores de camarón del país, la cual se tomo de acuerdo a los estados de mayor participación del en la producción acuícola de camarón.

- **Ver anexo 2 (Muestra de Productores Nacionales)**
- **Ver anexo 3(Productores estatales)**

II. Datos de productores actuales y potenciales extranjeros (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Principales países productores

Los principales países productores de *Penaeus vannamei* se muestran en el mapa, mientras que la lista completa de países incluye: China, Tailandia, Indonesia, Brasil, Ecuador, México, Venezuela, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Belice, Viet Nam, Malasia, P.C. de Taiwán, Islas del Pacífico, Perú, Colombia, Costa Rica, Panamá, El Salvador, Estados Unidos de América, India, Filipinas, Camboya, Surinam, Saint Kitts, Jamaica, Cuba, República Dominicana y Bahamas.



Principales países productores de *Penaeus vannamei* (Estadísticas Pesqueras de la FAO, 2006)

Empresa	Grupo Farallón
Giro	industrializadores de mariscos
Estado	Republica de Panamá
Municipio	Costa del Este
Colonia	Col. Centro
Domicilio	Av. Centenario
Teléfono	(507)271-3600

Empresa	PT Makmur Hasil Bahar
Giro	Procesadora de Mariscos
Estado/ País	Indonesia
Municipio	Makassar
Colonia	Sulawesi Selatan
Domicilio	Jalan Sutami No. 18 Tol Lama
Teléfono	62 811 440 727

IV. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el siguiente eslabón.

En cuanto a la calidad del producto que se producen en las granjas es optima para el consumo humano así como para la comercialización del mismo, ya que se cuentan con todos los estudios así como los análisis para la producción. Así mismo se cumple con los estándares requeridos por el siguiente eslabón como son:

- Tamaño del camarón
- Sabor del camarón
- Volúmenes de producción

Estos como los más importantes entre otros, pero al igual quedan algunos pendientes como empaque y diversidad de productos.

En cuanto a los análisis con los que se cuenta se encontraran una breve descripción de estos en el apartado de análisis, inocuidad y certificaciones.

V. Mapa concentrador de la ubicación de los productores.

La ubicación de los productores que se encuentran dentro de este Sistema Producto Camarón Tabasco AC se representa en el siguiente anexo con puntos de color verde, dentro de un mapa del estado de tabasco. Ubicados por la zona del municipio de cárdenas principalmente así como en Comalcalco.

- **Ver anexo 4**

VI. Datos de producción y capacidad de producción.

Para tener más o menos lo que es la capacidad de producción en algunos estados de México a continuación se presenta un estimado de larvas sembradas en estados de Sinaloa, Sonora y Nayarit en el año del 2004.

Postlarvas sembradas durante 2004:	
Sonora	3,675'785,311
Sinaloa	2,240'291,611
Nayarit	393'392,472

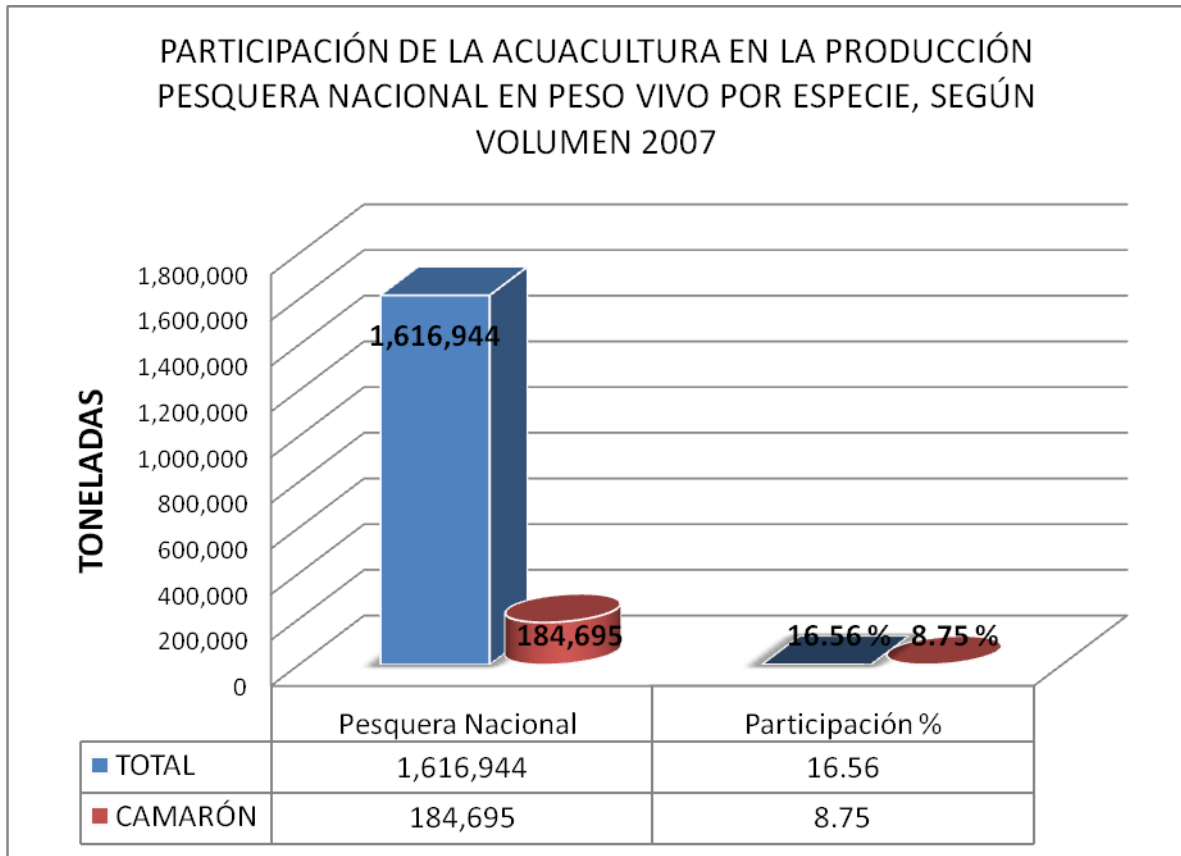
(Valor total aproximado: 25 millones de dólares)

Fuente: Comités de Sanidad Acuícola
Sonora, Sinaloa y Nayarit, México

A nivel nacional se tiene los siguientes datos en cuanto a acuicultura y camarón se refiere.

Especie	PRODUCCIÓN	
	Pesquera Nacional	Participación %
TOTAL	1,616,944	16.56
CAMARÓN	184,695	8.75

Lo que se representa en forma grafica de la siguiente manera,



La capacidad de producción con la que se cuenta en las granjas es variada ya que no cuentan con una sola estandarización ya que sus producciones dependen principalmente si cuentan o no con el suficiente capital de trabajo, el número de estanques en óptimas condiciones para la producción y el número de larvas sembradas

A esto también se deberá de tomar en cuenta la época del año en que se este cosechando ya que por cuestiones climatológicas llámese lluvias, invierno, etc. También les perjudica en la producción pero en promedio por estanque se obtiene un promedio de 4 toneladas de producto.

El impacto de los ciclos de producción irregulares se pueden demostrar ya que según el anuario estadístico de pesca del 2007 tabasco se encuentra en la 3 posición de producción dentro del litoral del golfo con poco mas de 180 toneladas de camarón a como se demuestra en las siguientes tablas con una comparación con los lideres nacionales y de la zona.

Litoral/Entidad	Total
TOTAL CAMARÓN	111,787
Litoral del Pacífico	109,285
Baja California	277
Baja California Sur	3,176
Chiapas	-
Colima	766
Guerrero	2
Jalisco	13
Michoacán	9
Nayarit	2,954
Oaxaca	-
Sinaloa	33,541
Sonora	68,545

Litoral/Entidad	Total
TOTAL CAMARÓN	111,787
Litoral del Golfo y Caribe	2,502
Campeche	619
Quintana Roo	0
Tabasco	185
Tamaulipas	1,647
Veracruz	0
Yucatán	50

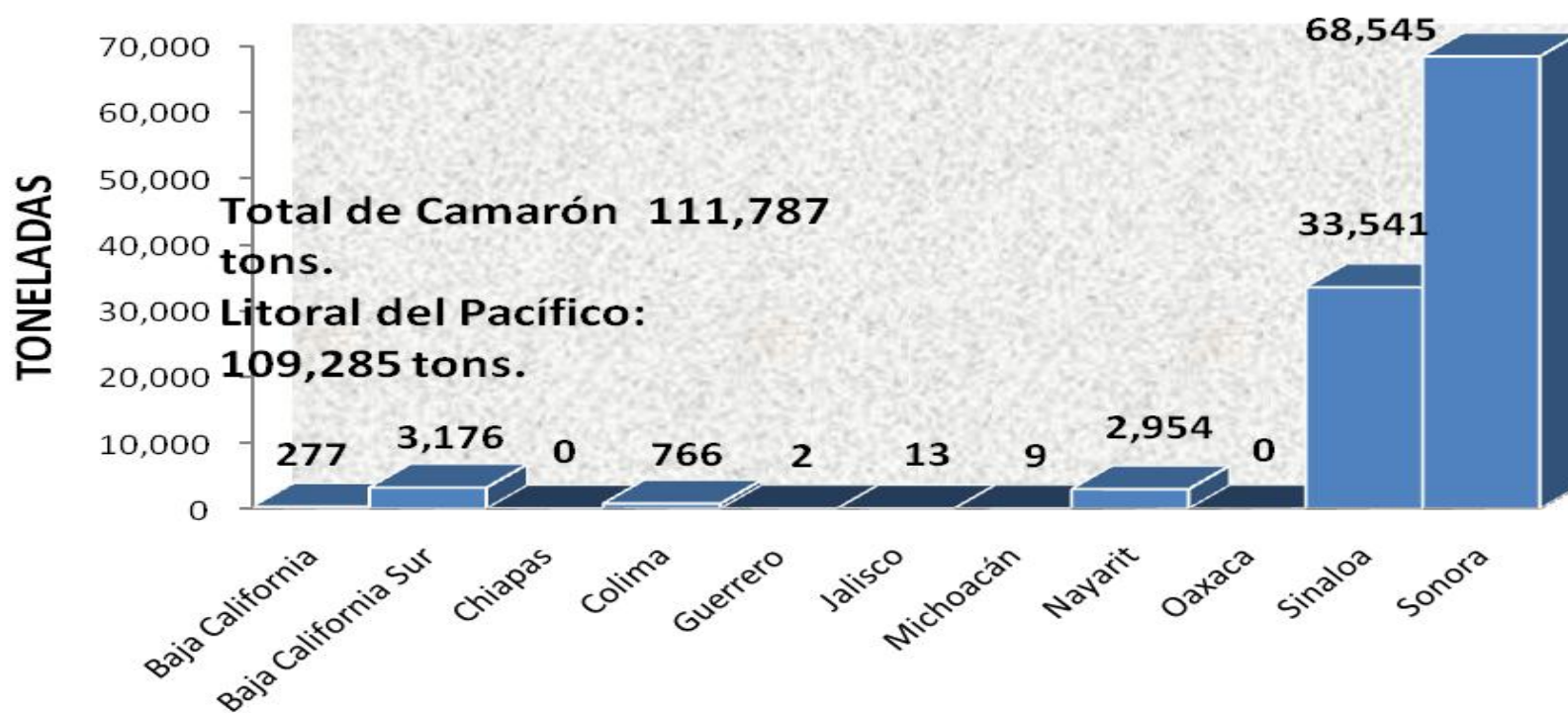
I. Tiempo que se lleva producir una unidad.

Los tiempos que se llevan cada una de las presentaciones o las unidades, son mínimos lo que retrasa las producciones son los tiempos cosechas que van desde 2.5 meses hasta los 4 meses dependiendo la temporada del año así como condiciones climatológicas que también llegan a afectar este punto.

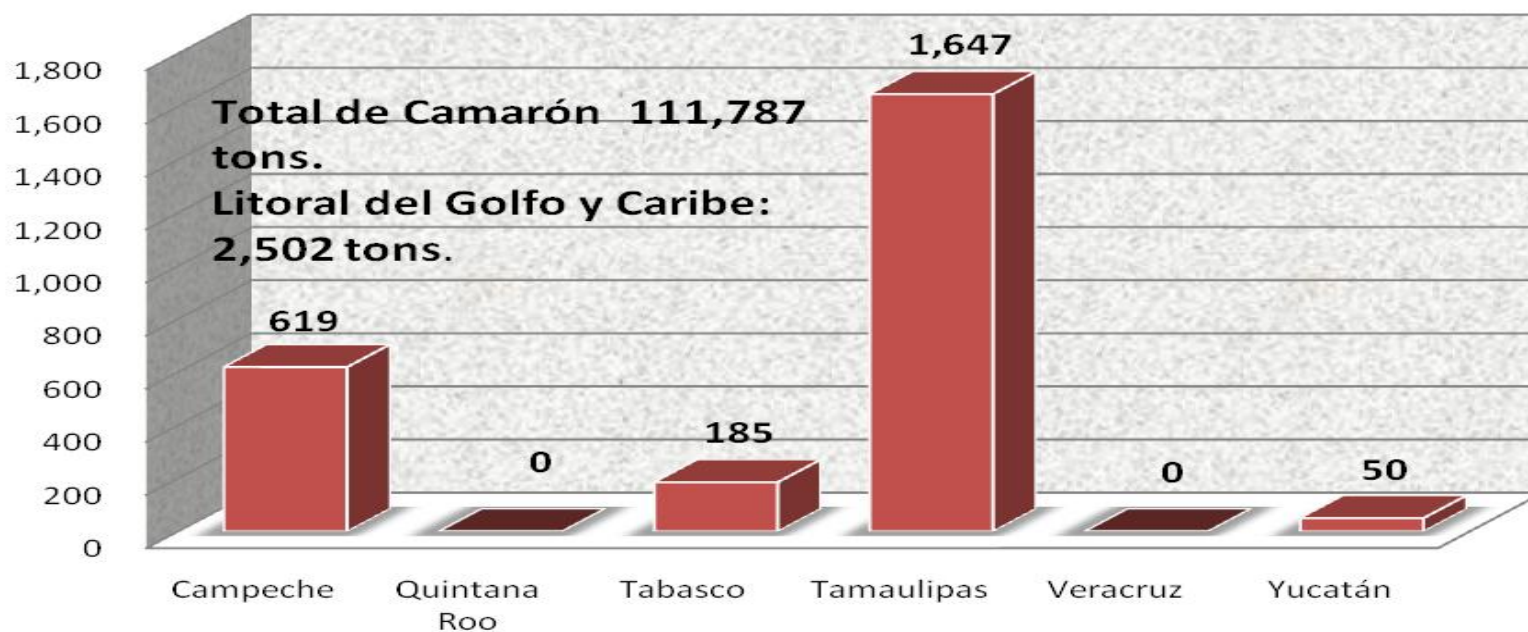
II. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación.

En cuanto a la capacidad de almacenamiento con la que cuentan los productores y distribuidores de camarón en el estado de tabasco es nula ya que no cuentan con cámaras de enfriamiento lo que lleva a que el tiempo de conservación solamente podría ser de horas como máximo.

VOLÚMEN DE LA PRODUCCIÓN PESQUERA DE ACUACULTURA EN PESO VIVO, POR PRINCIPALES ESPECIES, LITORAL PACÍFICO, 2007. (TONELADAS)



VOLÚMEN DE LA PRODUCCIÓN PESQUERA DE ACUACULTURA EN PESO VIVO, POR PRINCIPALES ESPECIES, LITORAL GOLFO Y CARIBE, 2007. (TONELADAS)



VII. Precios de cada uno de los insumos y cotización de economías de escala.

En este punto se presentan en una tabla los rubros así como los precios por unidad de los insumos que se necesitan para un ciclo de producción.

Insumos	Precios
Larvas x medio millón	\$37,500
Alimento x tonelada	\$12,200
Diesel x litro	\$8.10
Hipoclorito x litro	\$2.50
Cal x kilo	\$10.00

Estos son los precios de cada uno de los insumos que se necesitan para un ciclo de producción, hay que tomar en consideración que para los ciclos de producción rubros como el de alimento, diesel se incrementan de sobremanera ya que tan solo de alimento se consume alrededor de 5 toneladas por ciclo de por un estanque con una población de 700,000 larvas, así como el consumo en el diesel debido a que la maquinaria o las bombas

de agua consumen mucho diesel así como el resto de la maquinaria requerida para las labores de la acuicultura.

VIII. Participación en el mercado de cada uno de los productores.

Hasta la fecha no se cuentan con los datos de participación de mercado por productor de la zona debido a que no se cuentan con producciones constantes, esto ocasionado por la falta de capital de trabajo, así como la falta de capacitación en cuanto a cuestiones de comercialización y exploración de nuevos mercados.

IX. Precios de venta al siguiente eslabón y cotizaciones de economías de escala.

En cuanto a los precios de venta para el eslabón de comercialización no se cuenta con un precio muy bien establecido, es decir; el comité de sistema producto camarón tabasco maneja un rango de precios que van desde los \$40 kg. Hasta los \$55. Esto dependiendo de ciertas condiciones como el tiempo que tenga el producto, así como que tan urgente sea la venta del mismo, por esto mismo se provoca una competencia de tipo desleal entre ellos mismos.

X. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

Al hablar de costos en los que incurren a la hora de la producción encontramos con que son varios los puntos y que posiblemente ahí se encuentren las fugas o los gastos que hacen que se incremente en gran manera los costos de producción por ciclo. Algunos de los costos en los que se incurren fuera de los insumos son los siguientes:

- ❖ Limpieza de terreno para estanque.
- ❖ Jornaleros.
- ❖ Renta de maquinaria.
- ❖ Financiamiento para la inversión.
- ❖ Mantenimiento a su infraestructura.

Al igual en temporadas de lluvias se incurren en gastos como:

- ❖ Alza de bordos.
- ❖ Acondicionamiento de tierras.

En épocas donde se considera que el camarón se encuentra en un tamaño y peso óptimos para su comercialización también se tienen que incurrir en gastos como.

- ❖ La contratación de vigilancia.
- ❖ Estudios de condiciones del agua.

XI. Rentabilidad del eslabón.

De cierta forma se considera rentable el eslabón ya que si se logra una producción opima se cubren todos los gastos y costos en los que se incurrieron durante los meses de crianza. Y queda suficiente liquidez para empezar el siguiente periodo de producción pero en algunos casos no para concluir con todo el periodo así que de

Nueva cuenta se ven obligados los productores en caer en gastos y costos como el alquiler de dinero a terceras personas.

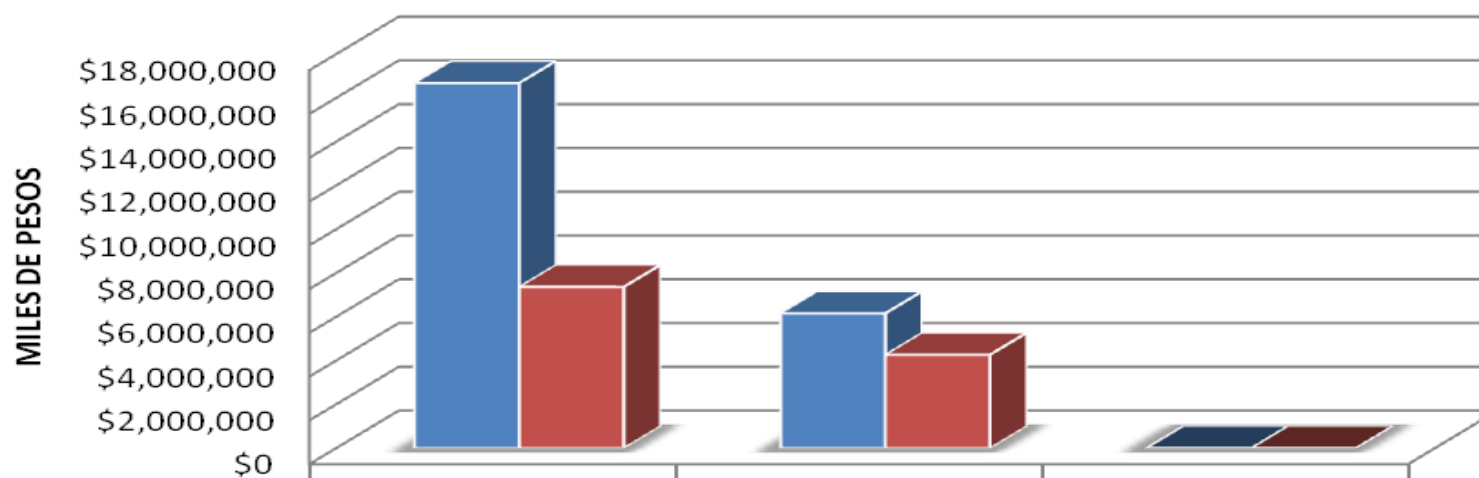
En pocas palabras nos podemos dar una idea de lo fructífero o la rentabilidad de dicho eslabón a continuación se presenta una tabla de lo que representa en miles de pesos la producción acuícola de

camarón en comparación con el total de las producciones de otras especies.

PARTICIPACIÓN DE LA ACUACULTURA EN EL VALOR DE LA PRODUCCIÓN PESQUERA NACIONAL, 2007 (MILES DE PESOS)

Especies	VALOR DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL	VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE ACUACULTURA	PARTICIPACIÓN %
Total	\$16,681,962	\$6,161,973	36.94
Camarón	\$7,368,913	\$4,269,043	69%

PARTICIPACIÓN DE LA ACUACULTURA EN EL VALOR DE LA PRODUCCIÓN PESQUERA NACIONAL, 2007 (MILES DE PESOS)



	VALOR DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL	VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE ACUACULTURA	PARTICIPACIÓN %
■ Total	\$16,681,962	\$6,161,973	36.94
■ Camarón	\$7,368,913	\$4,269,043	69%

XII. Nivel tecnológico del eslabón.

En cuanto a la tecnología el eslabón de producción se me en desventaja en comparación con otros posibles agentes de comparación dentro del país por mencionar granjas productoras en la zona norte y occidente del país donde se cuenta con gran tecnificación, en la zona de tabasco se encuentra aun en una etapa de crecimiento donde solamente se cuenta con poca tecnología en las granjas por no decir casi nula, ya que muy pocas son los productores que tiene un equipo por así llamarlo completo de aireadores, bombas de agua

XIII. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones.

En las granjas de los productores que pertenecen al Comité Sistema Producto Camarón Tabasco AC, se cuenta con los estudios mínimos necesarios para ejercer con las actividades de la acuicultura es decir tienen estudios de impacto ambiental, estudios para sanidad de aguas, y algunas certificaciones, así como los tramites y restricciones de conservación de la flora y fauna por parte de la SEMARNAP para ejercer como productores de camarón. Sin embargo se considera que les hace falta una serie de estudios que le podrían dar un plus y un valor agregado a su producción tales como, estudios de inocuidad y certificaciones de esta índole.

Algunos de los análisis que se requieren para el eslabón de producción son a la hora de estar en la elaboración de los estanques y algunos pueden ser los siguientes:

No.	Descripción	Duración de la técnica (Días hábiles)	Numero de muestras por semana
I	Cuantificación de <i>Vibrio</i> en hemolinfa y hepatopáncreas de juveniles y adultos. (Muestra de 4 a 10 organismos)	24 horas	150
II	Cuantificación de <i>Vibrio</i> en larvas. (Muestra de 20 larvas)	24 horas	150
III	Cuantificación de vibrios en sedimentos	24 horas	150
IV	Cuantificación de vibrio en agua	24 horas	150
V	Concentración mínima inhibitoria	78 horas	150

XIV. Proyección de los datos para todos los años necesarios hasta llegar a PMS.

Para lograr una producción máxima sustentable en el eslabón de producción sería necesario dejar pasar un tiempo considerable de mas o menos 5 años, en el cual se tendrá como meta lograr que todo y cada uno de los productores de Camarón puedan echar a andar sus granjas acuícolas de manera simultanea o escalonada, manejando producciones promedio de 8 toneladas por cada 2 estanques sembrados, en pocas palabras si se lograra que las 35 granjas solamente produjeran en promedio 2 estanques estaríamos hablando de 288 toneladas por ciclo de producción.

XV. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

El sistema de producción de camarón en México se encuentra en una etapa de crecimiento ya que aun no se llega a llegado a alcanzar el tope de la producción nacional, tenemos algunos estados que ya son productores que pueden competir contra los mejores del mundo tales como Sinaloa, Sonora Nayarit entre otros mientras que hay estados como Tabasco que apenas se encuentran en etapas de crecimiento y que aun no cuentan con producciones de grandes escalas ni mucho menos auto sustentadas, que los podría poner en primer plano nacional para así incursionar en mercado internacionales y que los haga una potencia en la producción acuícola de camarón a nivel mundial.

XVI. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Productores de la Región.
 - Taller para la constitución del Sistema Producto Camarón Tabasco AC.
- Fuentes secundarias:
 - Anuario Estadístico de Pesca 2007, México SAGARPA-CONAPESCA.
 - Directorio Nacional de Acuacultura 2006, México SAGARPA-CONAPESCA.
 - SNIIM-Secretaría de Economía, México.
 - Paginas Web de Proveedores Nacionales.
 - SIAP. SAGARPA.

Análisis del Eslabón de Industrialización

I. Datos de industrializadores actuales y potenciales nacionales (generales, ubicación, clientes, presentaciones que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Aquí en el estado de Tabasco no se cuenta con una planta procesadora de camarones pero en México se tienen en algunas Procesadoras tales como:

Empresa	Procesadora de Mariscos Selecta de Guaymas
Giro	Procesadora de Mariscos
Estado	Sonora
Municipio	Guaymas
Colonia	Guaymas Centro
Domicilio	Calle Miguel Alemán 601-5
Teléfono	222-1320

Empresa	Procesadora Villarosario
Giro	Procesadora de mariscos
Estado	Tamaulipas
Municipio	Matamoros
Colonia	Ejido la luz
Domicilio	Carretera a Cd. Victoria Km 11
Teléfono	(868) 864-6004

Empresa	Procesadora de Mariscos América
Giro	Procesadora de Mariscos
Estado	Tamaulipas
Municipio	Matamoros
Colonia	Ejido la luz
Domicilio	Carretera a Cd. Victoria Km 7
Teléfono	(868) 824-0730

II. Datos de industrializadores actuales y potenciales extranjeros (generales, ubicación, clientes, presentaciones que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Empresa	Grupo Farallón
Giro	industrializadores de mariscos
Estado	Republica de Panamá
Municipio	Costa del Este
Colonia	Col. Centro
Domicilio	Av. Centenario
Teléfono	(507)271-3600

Empresa	PT Makmur Hasil Bahar
Giro	Procesadora de Mariscos
Estado/ País	Indonesia
Municipio	Makassar
Colonia	Sulawesi Selatan
Domicilio	Jalan Sutami No. 18 Tol Lama
Teléfono	62 811 440 727

Entre otros grandes industrializadores y procesadores de camarón que se encuentran en países como Colombia, Nicaragua, etc. Entre los productos que maneja el grupo Farallón encontramos los siguientes.

- Camarón Pelado con Cola
- Pelado y desvenado
- Corte mariposa
- Corte Western
- Camarones Apanados
- Brochetas de camarón
- Nuggets de Camarón

III. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el siguiente eslabón.

Hablando únicamente del eslabón de producción de Comité Sistema Producto Camarón Tabasco AC. No cuentan con ningún tipo de industria para poder fabricar alimentos procesados, es por esto que la única presentación que ellos ofrecen al siguiente eslabón es la de camarón fresco a pie de estanque, la cual cuenta con la calidad para ser comercializados y entrar a competir en un mercado globalizado.

IV. Mapa concentrador de la ubicación de los industrializadores.



V. Líneas de producción de las presentaciones actuales.

No se cuentan con líneas de producción más que solo directo de los estanques a la venta así que no se incurre en ningún costo adicional más que solo el salario de la persona o ayudante para la recolección del camarón directo del estanque.



Pero se tiene conocimiento que algunos costos en los que se podría llegara incurrir si se tuviera alguna línea de producción de las presentaciones actuales en la entidad serian.

- Luz
- Rentas
- Infraestructura
- Sueldos
- Maquinaria

Entre otros costos estos por mencionar algunos.

VI. Tiempo que se lleva industrializar una unidad de cada una de las presentaciones actuales y potenciales.

En cuanto a los tiempos que se lleva el proceso de fabricación de cada unidad es variado pero va desde 1 minuto el pelar un camarón a procesos de hasta 5 minutos que es los procesos mas elaborados como el hacer las brochetas o los nuggets de camarón lo que hace tardado este eslabón o las producciones de algunas de las presentaciones son las etapas de la producción ya que es ahí donde hay ciclos muy largos de espera y no hay producciones escalonadas dentro de este sistema.

VII. Datos de producción y capacidad de producción de cada una de las presentaciones actuales y potenciales (en caso de que se cuente con el equipo necesario).

En este rubro no se cuenta con los materiales necesarios para la producción mucho menos con el equipo he aquí en este punto donde existe una gran posibilidad de incursionar en los mercados potenciales de los derivados del camarón. Como pueden ser:

- Brochetas de Camarón.
- Camarón Empanizado
- Nuggets de Camarón.

Ya que estos son productos que no necesariamente son estacionales ni mucho menos requieren de un consumo especial que al contrario por la practicidad de su preparación ahora son los productos más buscados dentro de los derivados del camarón.

VIII. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación de cada una de las presentaciones actuales y potenciales.

Los productores involucrados en el Sistema Producto Camarón no cuentan con la capacidad instalada para este tipo de giro pero sin embargo hay granjas que cuentan con la extensión territorial suficiente para seguir desarrollando su actividad económica principal y sumar bodegas para el almacenamiento de diversas variedades de presentaciones del mismo producto, sin embargo esto requeriría una fuerte inyección de capital que por el momento no se cuenta con el por parte de los productores.

IX. Participación en el mercado de cada uno de los industrializadores.

La participación de mercado de los industrializadores es nula o mejor dicho todo lo abarca el ramo de la industria que maneja la presentación de camarón fresco a pie de estanque, ya que dicha presentación no requiere de incurrir en costos de operación o algún costo adicional.

X. Precios de cada uno de los insumos y cotización de economías de escala.

Para el eslabón de industrialización se podrían manejar una serie de insumos como:

Insumos	Precios
Camarón x kg.	\$ 50.00
energía	dependiendo el uso
empanizador x kg	\$ 16.80
agua	dependiendo el uso

Entre algunos otros insumos que se podrían llegar a utilizar en los procesos de elaboración de las presentaciones.

XI. Precios de venta de las presentaciones actuales y potenciales al siguiente eslabón y cotizaciones de economías de escala.

La única presentación que se ofrece al siguiente eslabón de comercialización tiene un precio de venta muy cambiante ya que entre los mismos productores viven en una competencia de precios de tipo desleal ya que en algunos casos los precios de venta oscilan entre los 45 y 50 pesos por kilo mientras que el precio que supuestamente manejan es de \$ 55, pero los cambios en el precio se ven afectados por la falta de comercializadores y la falta de exploración de nuevos mercados.

XII. Nivel tecnológico del eslabón.

El nivel tecnológico que se tiene en este eslabón es nulo ya que no se cuenta con maquinaria que permita el desarrollo de estas actividades. Por lo tanto en esto se tiene una muy fuerte área de oportunidad

XIII. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones.

Al hablar del eslabón de industria ya entran en consideración más análisis, es decir entran análisis de sanidad e inocuidad por parte de secretaria de salud, que den un plus y permitan los procesos de industrialización de los productos antes de pasar al siguiente eslabón, así como estudios y certificaciones que clientes potenciales establezcan como acreditar en ISO en inocuidad, así como algunas certificaciones por parte de auditoria por parte de los clientes potenciales.

XIV. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

Los costos en los que se podría llegar a incurrir son en los siguientes:

- Infraestructura
- Maquinaria
- Sueldos y salarios
- Insumos
- Costos de distribución.
 - Camionetas
 - Empacados
 - Combustible

Estos entre algunos otros que sean derivados a un nuevo proceso por ejemplo: Publicidad entre otros.

XV. Rentabilidad del eslabón.

Siendo objetivos en la perspectiva de este eslabón se tiene un enorme potencial de rentabilidad ya que en la actualidad en la zona sureste del país no se cuenta con industria de este giro, así que si se lograra la incursión de la misma se tendrían resultados satisfactorios.

XVI. Proyección de los datos para todos los años necesarios hasta llegar a PMS.

Para hablar de una producción máxima sustentable de este eslabón opinamos que es en el cual deberá de pasar una mayor cantidad de tiempo y se tiene un estimado de entre 8 y 10 años para lograr la incursión de la industria así como de los alimentos procesados de camarón en la zona sureste del país. Ya que este eslabón es del que menos conocimiento se tiene y por lo mismo es el que menos se podría decir que existe la preparación y el conocimiento para ejercerlo y poder llevar acabo las actividades de este eslabon.

XVII. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

En cuanto a un análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial a México aun le falta mucho camino que recorrer ya que es un país que tiene un magnifico potencial de producción pero falta capital para invertir en este tipo de negocios, tales como los hay en países como Tailandia, Vietnam, en Latinoamérica como Ecuador y como Brasil, y así poder competir en los mercados mas saturados como los son el mercado de estados unidos y el de la unión europea que son los mas demandantes en cuanto a procesados se refieren.

XVIII. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Productores de la Región.
 - Taller para la constitución del Sistema Producto Camarón Tabasco AC.

Análisis del Eslabón de Comercialización

I. Datos de los comercializadores actuales y potenciales nacionales (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, número de trabajadores, etc.).

Actualmente se cuenta en el país con grandes comercializadores de este tipo de productos por hacer mención de algunos, tenemos:

- El mercado de la viga en el DF
- Los mercados del Mar en Guadalajara jal.

Entre mucho otros comercializadores en el territorio nacional.

Hablando del comercializador del comité, según en entrevistas realizadas a los productores solamente cuentan con uno solo el cual esta relacionado de manera directa con la producción ya que es uno de los mismos productores que forman parte de este sistema. Y al igual no es un comercializador constante ya que depende de varios aspectos y primero mueve su producto y después se preocupa por la comercialización del resto de los miembros de este comité.

II. Datos de los comercializadores actuales y potenciales extranjeros (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, número de trabajadores, etc.).

Empresa	Grupo Farallón
Giro	industrializadores y comercializadores de mariscos
Estado	Republica de Panamá
Municipio	Costa del Este
Colonia	Col. Centro
Domicilio	Av. Centenario
Telefono	(507)271-3600

Empresa	ESCAVI C. LTDA
Giro	Comercializadora de Mariscos
Estado	Machala Ecuador
Municipio	El Oro
Colonia	
Domicilio	Circunvalación Sur 801 e/ 8va. Y 9na. Sur
Telefono	(593)7-2927060

Empresa	PT Makmur Hasil Bahar
Giro	Procesadora de Mariscos
Estado/ País	Indonesia
Municipio	Makassar
Colonia	Sulawesi Selatan
Domicilio	Jalan Sutami No. 18 Tol Lama
Teléfono	62 811 440 727

Empresa	Pacimar LCTD
Giro	Comercializadora de Mariscos
Estado/ País	Santiago, Chile
Municipio	Conchali
Colonia	
Domicilio	Calle Puntagudo 4803
Teléfono	(56-2) 7347680

Empresa	Santander
Giro	Comercializadora de Mariscos
Estado/ País	Santander España
Municipio	Santander
Colonia	Cantabria 39009
Domicilio	Marques de la Ensenada
Teléfono	

III. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el consumidor final.

En las granjas de los productores que pertenecen al Comité Sistema Producto Camarón Tabasco AC, se cuenta con los procesos de calidad mínimos necesarios para la comercialización de su producto. Sin embargo se considera que les hace falta una serie de estudios que le podrían dar un plus y un valor agregado a su producción tales como, estudios de inocuidad y certificaciones de esta índole

IV. Mapa concentrador de la ubicación de los comercializadores.



Los principales comercializadores se encuentran en los mercados del mar en Guadalajara Jalisco y en el mercado de la viga del Distrito Federal, pero al igual se encuentran mercados importantes en los estados de Sonora y Sinaloa, por otro lado mercados con puntos amarillos en los estados de Yucatán y Quintana Roo, que se podrían considerar como puntos de comercialización muy fuertes y muy importantes de manera futura.

V. Datos de comercialización (ventas) y capacidad de comercialización.

En cuanto a datos de comercialización no se cuenta con registros establecidos por parte del sistema producto camarón tabasco AC debido a que su eslabón de comercialización es muy débil y casi no se tienen registros ya que la mayoría de sus ventas son a pie de estanque. Ahí es donde la mayoría de los productores al no tener un comercializador de sus productos es donde pueden venderlos.

VI. Líneas de comercialización.

Actualmente sola se cuenta con una sola línea de comercialización que es a pie de granja o de estanque en la cual el comercializador o en algunos casos el cliente final llega a la granja y lleva las cantidades que les convienen, lo cual se puede traducir en la falta de experiencia y de incursión en nuevos mercados altamente potenciales.

VII. Tiempo que se lleva vender cada una unidad de cada una de las presentaciones actuales y potenciales.

En cuanto a cuestiones de tiempo que se lleva vender la única presentación que se oferta actualmente es variado y depende mucho de los periodos de producción y a la movilidad de el único comercializador, es por esto que este mercad tiene precios muy cambiantes porque los productores prefieren vender su producto a muy bajo precio en lugar de seguir invirtiendo en alimentos y otros insumos. Pero podría manejarse que después del tiempo de producción podría tardar horas en venderse o incluso hasta días enteros para poder darle salida al producto.

VIII. Participación en el mercado de cada uno de los comercializadores.

En cuanto a la participación de mercado de los comercializadores todo el pastel se lo lleva el único comercializador de este eslabón, por lo cual se podría traducir en una especie de monopolio y esto a su vez en una falta de demanda. Provocando una gran ventana de oportunidad para este eslabón.

IX. Destinos actuales.

Se tienen datos por parte de los productores que los destinos o los clientes a los cuales se les vende sus productos son:

- Mercados locales de la CD. De Villahermosa
- Clientes de la zona
- Comercios (restaurantes)

X. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación.

La capacidad de almacenamiento de este eslabón en el comité es nula ya que no se cuenta con bodegas ni lugares especializados con cámaras frías para mantener el producto en almacenamiento mientras se consiguen los clientes y que ya no sigan generando costos en el estanque o vivos

XI. Precios de cada uno de los insumos y cotización de economías de escala.

Los insumos que se utilizan en el proceso de comercialización se describen a continuación así como los precios promedios en los que los podemos encontrar a la venta en mercados.

Insumos	Precios
Camionetas Repartidoras	\$350,000
Hielo x barra	\$120
Diesel x litro	\$8.10
Sal	\$12.50
Cal x kilo	\$10.00

XII. Precios de venta de cada una de las presentaciones actuales y potenciales y cotizaciones de economías de escala.

Los precios de ventas que maneja el comercializador se encuentran en un rango de entre 60 y 65 pesos el kilo a los consumidores finales al igual influye mucho al precio al cual este consiga el producto, y solo comercializa las presentaciones de fresco con cabeza ya que tampoco cuenta con una industria para generar otras presentaciones

XIII. Nivel tecnológico del eslabón.

En cuanto a los niveles tecnológicos con los que cuentan este eslabón solamente se podría hacer mención de medios de transporte los cuales no cuentan con sistemas de enfriamiento; es decir, no cuentan con cámaras de refrigeración, provocando en muchos de los casos incrementos o incursión en gastos adicionales como hielo y sal para mantener fresco el producto en los lapsos de distribución y embarque.

XIV. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones.

A continuación se presentara una tabla con alguno de los atributos que el cliente o consumidor final busca y relaciona con inocuidad y sanidad en el producto

Consumidor	Atributos solicitados
Restaurantes	Buen estado
	Entrega Regular
	Buen Precio
	Sin manchas
	Completo
Tiendas de Autoservicio	Envasado o embolsado
	Bien Cerrado
	Entrega Regular
	Producto Etiquetado
	Especificaciones Nutrimientales
Mercados Mayoristas	Entrega regular en tiempo
	Entrega regular en volumen
	Producto Fresco
	Producto Entero
	Buen Precio

XV. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

Los costos en los que se incurren en este proceso de comercialización se podrían enumerar bajo el rubro de costos de operación, como:

- Gasolina
- Hielo
- Sal
- Distribución

Sin embargo se detectan un sinnúmero de oportunidades para este eslabón tales como lograr la incursión del producto en nuevos mercados, y así tener un mayor número de comercializadores y clientes finales.

XVI. Rentabilidad del eslabón.

En este eslabón es en el que se ve un mayor futuro rentable para ya que hay mercados nuevos potenciales para el consumo de este producto tan solo en las zonas de la región del golfo y del Caribe mexicano en las grandes cadenas hoteleras, en los restaurantes de las ciudades, así como mercados que se especializan en la venta de productos derivados del mar en las ciudades del México, Guadalajara, Sinaloa, Sonora, y Tamaulipas.

XVII. Proyección de los datos para todos los años necesarios hasta llegar a PMS.

Para el eslabón de comercialización así como para la industria pondremos un lapso de tiempo de entre 8 y 10 años ya cuando se cuente con la suficiente gama de productos para atacar mercados específicos y demanden el consumo de la variedad.

Al igual se podría empezar con el único producto que comercializan hasta el momento que es el camarón entero con cabeza a pie de estanque.

XVIII. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

En México este eslabón aun se encuentra en etapa de crecimiento ya que actualmente solamente se cuenta con unos cuantos comercializadores de los productos derivados del camarón mientras que en países como en Ecuador compañías o empresas como grupo Farallón ya también manejan lo que son la parte de industria con la parte de comercialización haciendo que sus costos sean menores y así poder acaparar mas mercados, al igual esto les da un poco mas de confiabilidad al momento de incursionar en mercados extranjeros a la hora de las exportaciones.

Mientras que en México aun estamos en la adaptación a las necesidades de este eslabón, teniendo aquí una fuga importante de rentabilidad de todo el sistema.

XIX. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Productores de la Región.
 - Taller para la constitución del Sistema Producto Camarón Tabasco AC.
 - Platicas con personas con experiencia en el ramo

Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón de Insumos

Biologicos:

- a. **Datos de los proveedores actuales y potenciales nacionales (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).**

El análisis de los proveedores complementarios del eslabón de producción del Sistema Producto Camarón Tabasco AC, se considero como Embarcaciones menores, Motores fuera de borda y las artes de la pesca tales como las redes camaroneras.

Los insumos de **motores fuera de borda** los consideramos como insumos complementarios para este sistema ya que algunos de los productores por no mencionar que la mayoría utilizan dicho insumos para poder acceder a sus granjas, la potencia que utilizan en estos motores va desde los 2 HP hasta los 10 HP ya que solamente los utilizan como transporte, al igual las marcas varían pero las mas utilizadas son: YAMAHA y SUZUKI.



Las embarcaciones menores que se utilizan en este sistema las utilizan para medios de transporte y para la recolección de los camarones en épocas de cosechas y se les puede encontrar hechas de 2 materiales principalmente, Fibra de vidrio o de Madera principalmente y de una variedad de medidas que van desde los 2.5 metros hasta los 5 o 6 metros.



Equipo de pesca Redes Camaroneras: estos equipos son utilizados por los productores a la hora de la cosecha de los camarones ya que con estas redes o paños son como extraen de los estanques el producto.

Alguno de los proveedores potenciales de estos insumos podría ser:

Nombre	Equipesca de Obregón
Estado	Jalisco
Ubicación	Col. Belenes
Municipio	Guadalajara
Giro	Ventas, Fabricación y distribución
Tel.	(33) 36-56-65-16
Insumo	Embarcaciones menores y equipo de pesca

Nombre	Megasupply equipos
Estado	Yucatán
Ubicación	Col. Itzimna
Municipio	Mérida
Giro	Distribución y Venta
Tel.	(99) 99-27-60-51
Insumo	Equipos para acuacultura

Nombre	Industria Mexicana de Equipo Marino SA de CV
Estado	Tamaulipas
Ubicación	Col. Allende
Municipio	San Fernando
Giro	Distribuidor de equipos para pesca
Tel.	(841) 84-400-82
Insumo	Equipos de pesca y Embarcaciones menores

b. Datos de proveedores actuales y potenciales extranjeros (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Algunos de los proveedores complementarios en el extranjero podrían ser:

Nombre	Aquatic Eco-system, Inc
Estado	Florida
Ubicación	Apopka Blvd. 2395
Municipio	Apopka , Florida, USA
Giro	distribución de equipos para acuicultura
Tel.	407-886-3939
Insumo	Equipo para la Acuicultura

Nombre	Pacific Marine Supply
Estado	California
Ubicación	Napier Street 4114
Municipio	San Diego
Giro	Venta de equipo
Tel.	619-275-0508
Insumo	Equipo Para la Acuicultura.

c. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el siguiente eslabón.

Al hablar de calidad en estos insumos nos tenemos que referir al concepto que los productores perciben de estos, el cual se ve fundamentado en las marcas de los equipos ya que habitualmente estos equipos son de marcas de trascendencia mundial y de gran importancia dentro del giro de la acuicultura, al igual la asistencia que se recibe por parte de los distribuidores a la hora de un desperfecto en el mismo insumo.

Algunos de los puntos que se pudieran tomar como estándares de calidad en los insumos podrían ser:

- Garantías en los diferentes productos
- Asesorías para la instalación de los equipos
- Tiempos de entrega al cliente

- Funcionabilidad y practicidad a la hora de su manejo

Entre otros estándares, los cuales podrían ser tomados en cuenta por los clientes como el mínimo requerido para que estos equipos sean considerados como equipos de muy buena calidad.

d. Mapa concentrador de la ubicación de los proveedores.



e. Datos de producción/servicio y capacidad de producción/servicio.

Al hablar de la producción y la capacidad de la misma se podría decir que es limitada ya que la mayoría de los proveedores de estos insumos son distribuidores de marcas extranjeras, por lo que las ventas y distribución de los mismos están limitadas a la capacidad de producción de las marca.

Para algunas empresas de este giro y de cierta manera como mera ilustración los montos de producción anuales calculados en pesos son:

Empresa	Ventas Anuales
Empresa 1	\$16'754,814.00
Empresa 2	\$47'825,306.00
Empresa 3	\$30'216,540.00

f. Tiempo que se lleva producir una unidad o prestar el servicio.

Empresa	Producto	Tiempo
Equipesca de Obregón	Catalogo completo	Entrega inmediata si se cuenta con el Producto en inventario, de lo contrario 15 días. Como max.
Industria Mexicana de Equipo Marino SA de CV	Motores Fuera de Borda, Embarcaciones Pequeñas, equipo de pesca	Los tiempos de entrega van dependiendo del Producto y van de 10 a 25 días
Megasupply equipos	Motores Fuera de Borda, Embarcaciones Pequeñas, equipo de pesca	8 días dependiendo del producto

g. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación (en los casos correspondientes).

Empresa	Producto y cantidad	Tiempo
Equipesca de Obregón	30 motores fuera de borda	1 mes máximo
Industria Mexicana de Equipo Marino SA de CV	20 motores fuera de borda 20 embarcaciones menores	2 mes máximo
Megasupply equipos	30 motores fuera de borda 30 embarcaciones menores	1 mes máximo

h. Participación en el mercado de cada uno de los proveedores.

La participación de mercado de cada uno de los distribuidores se desconoce ya que no hay datos de con cuanta frecuencia se les compra, ni las cantidades de los insumos que solicitan cada uno de los productores.

i. Precios de venta al eslabón y cotizaciones de economías de escala.

Los precios de venta al siguiente eslabón pueden variar dependiendo de la marca del insumo, así como en el caso de los motores el número de HP que tienen por decir:

Equipo	precio de Venta (pesos)	unidad	Economía de escala
Motores fuera de borda	\$ 7,200.00	Yamaha 2hp	no
	\$ 13,700.00	Yamaha 5hp	no
	\$ 24,500.00	Yamaha 10hp	no
Embarcaciones Menores	\$ 30,800.00	1 unidad	5% en la compra de contado

j. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

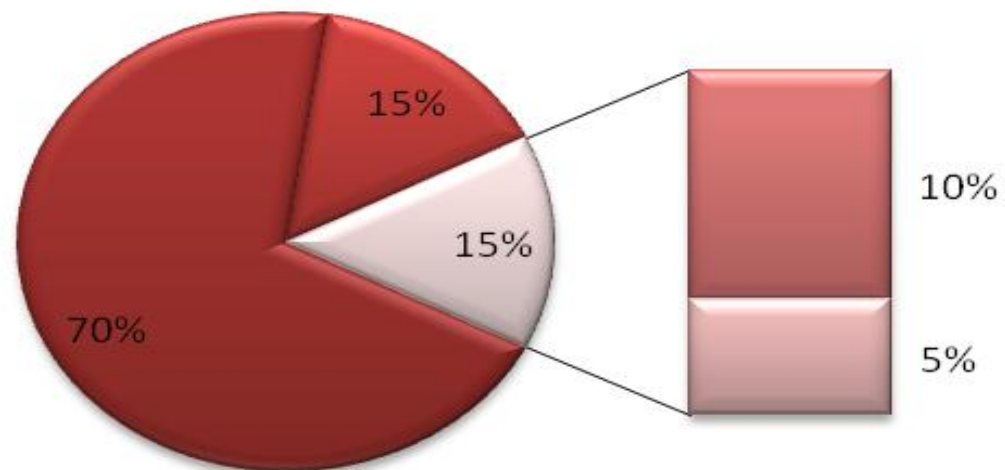
Los costos en los que incurren estos proveedores se ven aumentados de sobre manera en los insumos ya que como ellos son distribuidores, también tienen que comprar estos productos siendo incrementado sus costos en mas un menos un 33% por esta operación mientras que los costos en los que menos se preocupan son tales como la telefonía y el internet.

Tomando por ejemplo los proveedores de equipos que son distribuidores de equipos de importación la distribución de sus costos es la siguiente:

Rubro	Porcentaje
costo del equipo	70%
costo de importación	15%
Fletes	10%
Promoción	5%

Costos en los que se incurre

■ costo del equipo ■ costo de importacion ■ Fletes ■ Promocion



k. Rentabilidad de los principales proveedores del eslabón.

Según la información que se logro recopilar de las plasticas con los proveedores complementarios para el eslabón de producción la rentabilidad de este es variante dependiendo de los productos que se comercialicen, ya que no es lo mismo ganarle un porcentaje de por decir el 10% a un motor de 2 HP que ganarle el mismo porcentaje a una embarcación menor.

A continuación presentaremos una tabla comparativa de la rentabilidad entre ambos productos según uno de los proveedores de esta cadena.

Equipo	Porcentaje de rent.
Equipo de Pesca	30%
Lanchas o cayucos	30% al 45%
Motores fuera de borda	35%

Dichos porcentajes se deben por aspectos a la hora de la elaboración como materiales con los que están elaborados, o las marcas de los equipos. Entre otros.

I. Nivel tecnológico de los proveedores.

Al hablar del nivel tecnológico de proveedores complementario del eslabón nos encontramos con 2 vertientes.

- Los distribuidores autorizados de las marcas cuyo nivel de tecnología se enfoca en las labores de la distribución como lo son camiones y camionetas para llevar los productos hasta los clientes.
- Los productores o fabricantes de los equipos, los cuales tienen un mayor nivel tecnológico porque ya se habla de plantas ensambladoras, redes de distribución así como maquinaria para el mantenimiento de los equipos en reparación.

m. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones (en los casos correspondientes).

En cuanto a análisis de sanidad e inocuidad no hay ningún tipo de requerimiento para los productores de los equipos complementarios para el eslabón.

Lo que si se podría complementar es una serie de certificaciones que hoy en día la mayoría de las empresas deben de contar con ellas como lo son:

- ISO 9000
- ISO 9001-2000
- Certificados de origen de los países de procedencia.

n. Proyección de los datos para todos los años necesarios hasta llegar a PMS.

Al hablar de producción máxima sustentable para el eslabón de proveedores complementarios tendríamos que hacer todo un análisis de la demanda que tiene cada uno de los productores de larvas, pero en el dado caso que el comité desee establecerse como su propio proveedor de este insumo tendríamos que hacer los siguientes cálculos.

Tomando como base que cada estaque requiera una población de 500,000 larvas y poniendo como mínimo de producción 2 estanques estamos hablando que cada granja ocuparía un total de 1,000,000 de larvas y en total estarían ocupando una población de 35,000,000 de lavas para lograr una producción y cubrir con el total de los productores y no dejar un desabasto de este insumo.

o. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

Al hacer un comparativo contra los mejores a nivel mundial, podríamos decir que las marcas de los equipos utilizados no tendrían mucho que pedirles a los demás competidores ya que tanto Yamaha como Suzuki son considerados como los principales exponentes dentro de estos rubros.

Ya que estas marcas de equipos a lo largo de los años se han consolidado dentro de estos mercados.

p. **Anexo. Metodología.**

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Proveedores de la Región.
 - Platicas con personas con experiencia en el ramo
- Fuentes secundarias:
 - Investigaciones en internet
 - Directorio nacional de acuacultura 2006

Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón de Producción

- q. Datos de los proveedores actuales y potenciales nacionales (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

El análisis de los proveedores complementarios del eslabón de producción del Sistema Producto Camarón Tabasco AC, se considero como Embarcaciones menores, y las artes de la pesca tales como las redes camaroneras.

Las embarcaciones menores que se utilizan en este sistema las utilizan para medios de transporte y para la recolección de los camarones en épocas de cosechas y se les puede encontrar hechas de 2 materiales principalmente, Fibra de vidrio o de Madera principalmente y de una variedad de medidas que van desde los 2.5 metros hasta los 5 o 6 metros.



Equipo de pesca Redes Camaroneras: estos equipos son utilizados por los productores a la hora de la cosecha de los camarones ya que con estas redes o paños son como extraen de los estanques el producto.

Alguno de los proveedores potenciales de estos insumos podría ser:

Nombre	Equipesca de Obregón
Estado	Jalisco
Ubicación	Col. Belenes
Municipio	Guadalajara
Giro	Ventas, Fabricación y distribución
Tel.	(33) 36-56-65-16
Insumo	Embarcaciones menores y equipo de pesca

Nombre	Megasupply equipos
Estado	Yucatán
Ubicación	Col. Itzimna
Municipio	Mérida
Giro	Distribución y Venta
Tel.	(99) 99-27-60-51
Insumo	Equipos para acuacultura

Nombre	Industria Mexicana de Equipo Marino SA de CV
Estado	Tamaulipas
Ubicación	Col. Allende
Municipio	San Fernando
Giro	Distribuidor de equipos para pesca
Tel.	(841) 84-400-82
Insumo	Equipos de pesca y Embarcaciones menores

r. Datos de proveedores actuales y potenciales extranjeros (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Algunos de los proveedores complementarios en el extranjero podrían ser:

Nombre	Aquatic Eco-system, Inc
Estado	Florida
Ubicación	Apopka Bivd. 2395
Municipio	Apopka , Florida, USA
Giro	distribución de equipos para acuacultura
Tel.	407-886-3939
Insumo	Equipo para la Acuacultura

Nombre	Pacific Marine Supply
Estado	California
Ubicación	Napier Street 4114
Municipio	San Diego
Giro	Venta de equipo
Tel.	619-275-0508
Insumo	Equipo Para la Acuacultura.

s. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el siguiente eslabón.

Al hablar de calidad en estos insumos nos tenemos que referir al concepto que los productores perciben de estos, el cual se ve fundamentado en las marcas de los equipos ya que habitualmente estos equipos son de marcas de trascendencia mundial y de gran importancia dentro del giro de la acuicultura, al igual la asistencia que se recibe por parte de los distribuidores a la hora de un desperfecto en el mismo insumo.

Algunos de los puntos que se pudieran tomar como estándares de calidad en los insumos podrían ser:

- Garantías en los diferentes productos
- Asesorías para la instalación de los equipos
- Tiempos de entrega al cliente
- Funcionabilidad y practicidad a la hora de su manejo

Entre otros estándares, los cuales podrían ser tomados en cuenta por los clientes como el mínimo requerido para que estos equipos sean considerados como equipos de muy buena calidad.

t. Mapa concentrador de la ubicación de los proveedores.



u. Datos de producción/servicio y capacidad de producción/servicio.

Al hablar de la producción y la capacidad de la misma se podría decir que es limitada ya que la mayoría de los proveedores de estos insumos son distribuidores de marcas extranjeras, por lo que las ventas y distribución de los mismos están limitadas a la capacidad de producción de las marca.

Para algunas empresas de este giro y de cierta manera como mera ilustración los montos de producción anuales calculados en pesos son:

Empresa	Ventas Anuales
Empresa 1	\$16'754,814.00
Empresa 2	\$47'825,306.00

v. Tiempo que se lleva producir una unidad o prestar el servicio.

Empresa	Producto	Tiempo
Equipesca de Obregón	Catalogo completo	Entrega inmediata si se cuenta con el Producto en inventario, de lo contrario 15 días. Como máx.
Industria Mexicana de Equipo Marino SA de CV	Embarcaciones Pequeñas, equipo de pesca	Los tiempos de entrega van dependiendo del Producto y van de 10 a 25 días
Megasupply equipos	Embarcaciones Pequeñas, equipo de pesca	8 días dependiendo del producto

w. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación (en los casos correspondientes).

Empresa	Producto y cantidad	Tiempo
Equipesca de Obregón	10 embarcaciones menores 300 redes para cosechas	1 mes máximo
Industria Mexicana de Equipo Marino SA de CV	250 redes para pesca o cosecha 20 embarcaciones menores	2 meses máximo
Megasupply equipos	30 embarcaciones menores	2 meses máximo

x. Participación en el mercado de cada uno de los proveedores.

La participación de mercado de cada uno de los distribuidores se desconoce ya que no hay datos de con que frecuencia se les compra, ni las cantidades de los insumos que solicitan cada uno de los productores.

y. Precios de venta al eslabón y cotizaciones de economías de escala.

Los precios de venta al siguiente eslabón pueden variar dependiendo de la marca del insumo, así como en el caso de las redes de pesca el total de kilos así como el materias con el que esta hecha que tienen por decir:

Equipo	precio de Venta (pesos)	unidad	Economía de escala
Redes para cosecha	\$ 300.00	15 kilos	no
	\$ 700.00	25 kilos	no
	\$ 1,000.00	30 kilos	no
Embarcaciones Menores	\$ 30,800.00	1 unidad	5% en la compra de contado

z. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

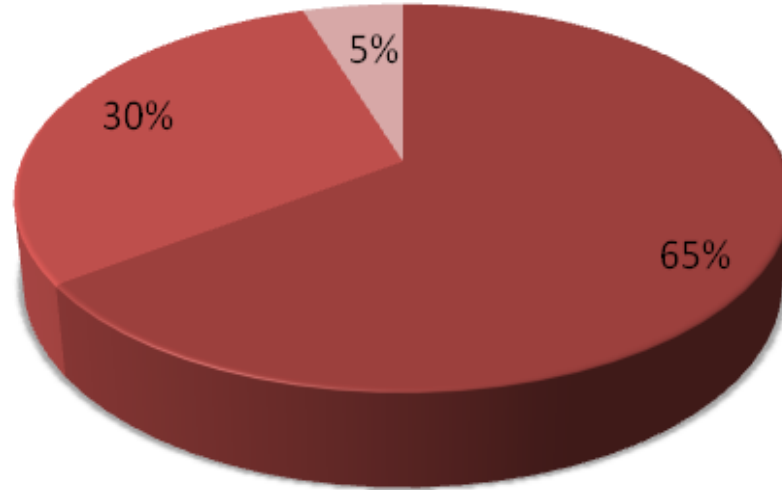
Los costos en los que incurren estos proveedores se ven aumentados de sobre manera en los insumos ya que como ellos son distribuidores, también tienen que comprar estos productos siendo incrementado sus costos en mas o menos un 30% por esta operación mientras que los costos en los que menos se preocupan son tales como la telefonía y el internet.

Tomando por ejemplo los proveedores de equipos que son distribuidores de equipos de importación la distribución de sus costos es la siguiente:

Rubro	Porcentaje
costo del equipo	65%
Fletes	30%
Promoción	5%

Porcentaje

■ costo del equipo ■ Fletes ■ Promocion



aa. Rentabilidad de los principales proveedores del eslabón.

Según la información que se logro recopilar de las platicas con los proveedores complementarios para el eslabón de producción la rentabilidad de este es variante dependiendo de los productos que se comercialicen, ya que no es lo mismo ganarle un porcentaje de por decir el 10% a una embarcación menor, que ganarle el mismo porcentaje a una venta de redes de cosecha.

A continuación presentaremos una tabla comparativa de la rentabilidad entre ambos productos según uno de los proveedores de esta cadena.

Equipo	Porcentaje de rent.
Equipo de Pesca	30%
Lanchas o cayucos	30% al 45%

Dichos porcentajes se deben por aspectos a la hora de la elaboración como materiales con los que están elaborados, o las marcas de los equipos. Entre otros.

bb. Nivel tecnológico de los proveedores.

Al hablar del nivel tecnológico de proveedores complementario del eslabón nos encontramos con 2 vertientes.

- Los distribuidores autorizados de las marcas cuyo nivel de tecnología se enfoca en las labores de la distribución como lo son camiones y camionetas para llevar los productos hasta los clientes.
- Los productores o fabricantes de los equipos, los cuales tienen un mayor nivel tecnológico porque ya se habla de plantas ensambladoras, redes de distribución así como maquinaria para el mantenimiento de los equipos en reparación.

cc. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones (en los casos correspondientes).

En cuanto a análisis de sanidad e inocuidad no hay ningún tipo de requerimiento para los productores de los equipos complementarios para el eslabón.

Lo que si se podría complementar es una serie de certificaciones que hoy en día la mayoría de las empresas deben de contar con ellas como lo son:

- ISO 9000
- ISO 9001-2000
- Certificados de origen de los países de procedencia.

dd. Proyección de los datos para todos los años necesarios hasta llegar a PMS.

No se cuenta con datos para lograr el cálculo de la producción máxima sustentable ya que no recae esta responsabilidad en el eslabón y las empresas no están autorizadas a otorgar información para el cálculo de la auto sustentabilidad de este eslabón.

ee. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

Al hacer un comparativo contra los mejores a nivel mundial, podríamos decir que las marcas de los equipos utilizados no tendrían mucho que pedirles a los demás competidores ya que tanto Yamaha como Suzuki son considerados como los principales exponentes dentro de estos rubros.

Ya que estas marcas de equipos a lo largo de los años se han consolidado dentro de estos mercados.

ff. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Proveedores de la Región.
 - Platicas con personas con experiencia en el ramo
- Fuentes secundarias:
 - Investigaciones en internet
 - Directorio nacional de acuacultura 2006

Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón de Industrialización

- a. Datos de los proveedores actuales y potenciales nacionales (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).**

El análisis de estos proveedores complementarios para el eslabón de industrialización contemplamos como insumo principal las bolsas o empaques para la diversidad de presentaciones que se pudieran tener.

El camarón empaquetado es un producto que ha pasado por diferentes procesos como el cocinado y empaclado de manera que se pueda conservar de la mejor manera antes de ser servido por el consumidor final.

El envasado o empaclado es un modo de conservación de alimentos con algunas características como:

- Producto sano y conservado
- Producto completamente seguro
- Embases rotalmente reciclables.

Algunos de los proveedores de estos insumos complementarios podrían ser:

Nombre	Embases Universales
Estado	Edo. De México
Ubicación	Parque industrial LA LUZ
Municipio	Cuautitlán Izcalli
Giro	Proveedor empaques de Plástico
Tel.	(55)50-63-98-36
Insumo	empaques de plástico para alimentos

El cual tiene como unos de sus clientes mas destacados a COCA-COLA Company, al igual este proveedor tiene presencia en otros países como Estados Unidos, Brasil, entre otros países de Latinoamérica.

b. Datos de proveedores actuales y potenciales extranjeros (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Para hablar de productores complementarios en el extranjero tenemos como el país más fuerte en este tipo de insumos a china teniendo ahí una de las empresas de mayor peso a nivel mundial como es:

Nombre	Shantao Linghai Plastics
Estado	Shantao
Ubicación	Fuxi Industrial Área
Municipio	Guangdong
Giro	fabricante de empaques de plástico
Tel.	86-754-88-68-66-62
Insumo	empaques de plástico

Este proveedor es fabricante de envases de plástico así como de empaques de este mismo material para alimentos, y es proveedor de empresas a nivel mundial como lo es coca-cola Company y Southwest airline.

c. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el siguiente eslabón.

Los datos de calidad de este tipo de productos se ven establecidos por los clientes de estos, es decir si cubren con las expectativas de sus usos, al igual que los materiales con los que están fabricados que en su mayoría son elaborados con plásticos reciclados, esto al igual para contribuir con los nuevos estándares que se les establecen a las empresas del tipo industrial tales como ayuda al medio ambiente.

Las empresas fabricantes de estos insumos en su mayoría cuentan con certificaciones por parte de empresas de auditorías así como certificaciones de tipo internas, algunos de las certificaciones más conocidas con las que cuentan estas empresas pueden ser ISO-9001, certificaciones por parte de la FDA (Food and Drug Administration), para fabricantes de empaques con contacto directo con alimentos.

La calidad de estos productos que son requeridos por los industrializadores de camarón se basa principalmente en la existencia o disponibilidad de estos insumos para las presentaciones de los productos elaborados a base de camarón

d. Mapa concentrador de la ubicación de los proveedores.

En la siguiente imagen encontraremos la ubicación del proveedor complementario para este eslabón.



e. Datos de producción/servicio y capacidad de producción/servicio.

Empresa	Producción	Capacidad de Producción
Envases Universales	Producción a grandes Escalas	40%

f. Tiempo que se lleva producir una unidad o prestar el servicio.

Los tiempos que se lleva el producir una sola unidad es prácticamente imposible de calcular, pero se tienen datos promedios de producción por minuto y es de aproximadamente:

Producto	Tiempo x Unidad
Envases de Plástico	95 unidades por min.

g. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación (en los casos correspondientes).

Producto	Capacidad de Almacenamiento		Tiempos
	Capacidad Instalada	Capacidad Ocupada	
Envases de Plásticos	9 millones de unidades	37%	menor a un año

h. Participación en el mercado de cada uno de los proveedores.

Empresa	Mercado	Porcentaje de Participación
Envases Universales	Mercado Nacional	mas del 80%
	Mercado Local	15%
	Mercad de Exportaciones	10%

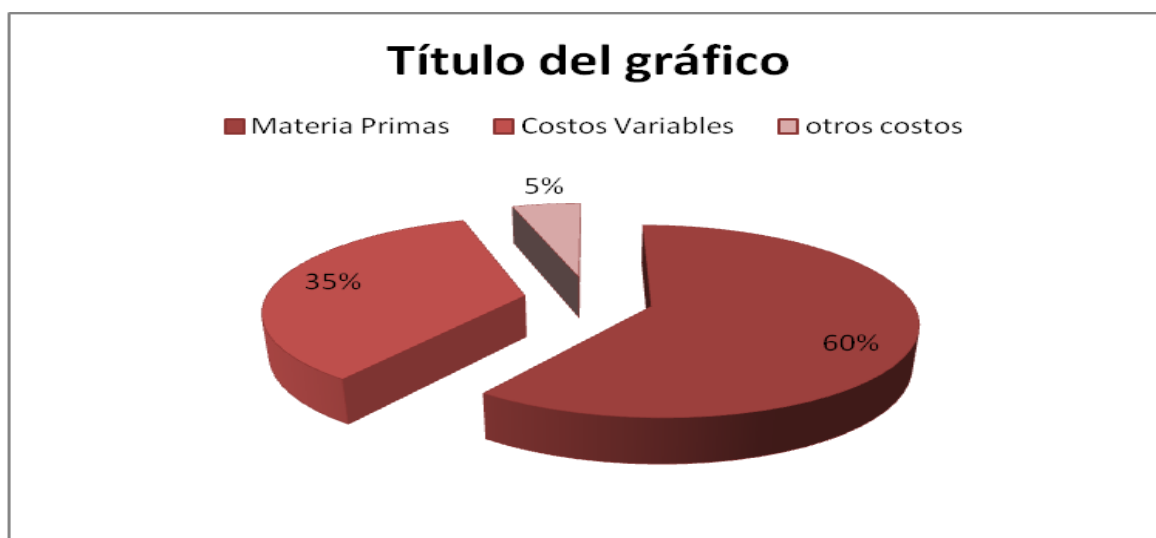
i. Precios de venta al eslabón y cotizaciones de economías de escala.

Los precios de venta de estos productos como son directos de fábricas pues se tiene que hacer las compras mínimas por unidades para poder llevar a cabo la venta como en la siguiente tabla se indican.

Producto	precio de Venta (pesos)	Unidad	Economía de Escala
Envases de Plástico	\$ 2,800.00	500 unidades	no
	\$ 4,200.00	1000 unidades	no
	\$ 28,400.00	10,000 unidades	no

j. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

Rubro	Porcentaje de costos
Materia Primas	60%
Costos Variables	35%
otros costos	5%



k. Rentabilidad de los principales proveedores del eslabón.

Este eslabón se podría considerar muy rentable si se pudiera conseguir unos buenos clientes los cuales te logran mover varios miles de unidades anuales, lo cual representaría de cierta medida grandes porcentajes de rentabilidad para las partes que se vieran involucrados en este negocio.

l. Nivel tecnológico de los proveedores.

A la hora de hablar de los niveles de tecnología que se encuentran dentro de los proveedores complementarios de este eslabón entraríamos en una serie de procesos complejos de tecnificaciones como son:

- Asesorías técnicas
- Planeamiento de producciones a grandes escalas
- Investigación para el desarrollo de productos
- Maquinaria para la producción
- Logística
- Envasado

Por lo tanto el nivel de tecnificación se considera de lo mejor en este eslabón.

m. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones (en los casos correspondientes).

En cuanto a análisis de sanidad e inocuidad no hay ningún tipo de requerimiento para los productores de los equipos complementarios para el eslabón.

Lo que si se podría complementar es una serie de certificaciones que hoy en día la mayoría de las empresas deben de contar con ellas como lo son:

- ISO 9000
- ISO 9001-2000
- Certificados de origen de los países de procedencia.

n. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

Esta empresa es considerada como una de las mejores a nivel mundial ya que por su gran crecimiento que a tenido en los últimos a logrado entrar en la competencia en países tales como Brasil y Estados Unidos, logrando acaparar gran parte de dichos mercados.

o. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:
 - Visitas de campo
 - Entrevistas con Proveedores de la Región.
 - Platicas con personas con experiencia en el ramo
- Fuentes secundarias:
 - Investigaciones en internet
 - Directorio nacional de acuacultura 2006

A. Análisis de Proveedores Complementarios del Eslabón de Comercialización

- a. Datos de los proveedores actuales y potenciales nacionales (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

A continuación presentaremos los datos de los proveedores complementarios para el eslabón de comercialización

Nombre	Servicios EMPCA
Estado	Edo. De México
Ubicación	Av. Acueducto de tenayuca 9
Municipio	Tlalnepantla
Giro	empaques de cartoné
Tel.	(55) 53-88-52-54
Insumo	cajas de cartón

Alguno de los clientes que maneja este proveedor son entre otros: Sabritas, Coca-Cola, como sus principales clientes.

b. Datos de proveedores actuales y potenciales extranjeros (generales, ubicación, clientes, productos que maneja, dueños, trabajadores, infraestructura, etc.).

Nombre	Shantao Linghai Plastics
Estado	Shantao
Ubicación	Fuxi Industrial Area
Municipio	Guangdong
Giro	fabricante de empaques de platicos
Tel.	86-754-88-68-66-62
Insumo	empaques de platico

c. Datos de la calidad del producto ofrecido y comparación con los estándares requeridos por el siguiente eslabón.

Las cajas de cartón y de platico que se pudieran utilizar para la distribución de los productos son fabricadas bajo los requerimientos que establece el cliente para la comercialización y manejo adecuado de sus productos, así como por los procesos de calidad que cada cliente especifique.

Tales especificaciones podrían ser que sean resistentes a la humedad, anti grasas y aceites, antiestáticos y sobre todo que

cumplan con los parámetros que se requieran para la
transportación de alimentos en estado natural.

d. Mapa concentrador de la ubicación de los proveedores.



e. Datos de producción/servicio y capacidad de producción/servicio.

Empresa	Producción	Capacidad de Producción
Servicios EMPCA	800 mil unidades	40%

f. Tiempo que se lleva producir una unidad o prestar el servicio.

Empresa	Producción	Tiempo
Servicios EMPCA	80 unidades	un minuto

g. Capacidad de almacenamiento y tiempo de conservación (en los casos correspondientes).

Producto	Capacidad de Almacenamiento		Tiempos
	Capacidad Instalada	Capacidad Ocupada	
Cajas de Plástico y cartón	60 Toneladas	45%	menos de 6 meses

h. Participación en el mercado de cada uno de los proveedores.

Empresa	Mercado	Porcentaje de Participación
Servicios EMPCA	Mercado Nacional	20%
	Mercado Local	15%
	Mercad de Exportaciones	65%

i. Precios de venta al eslabón y cotizaciones de economías de escala.

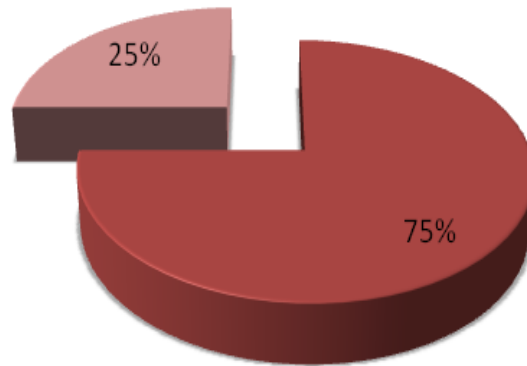
Producto	precio de Venta (pesos)	unidad	Economía de escala
Cajas de Cartón	\$ 2.94	mas chica	no
	\$ 10.50	mas grande	no

j. Costos en que incurren (operación, inversión, fijos, variables, etc.).

Rubro	Porcentaje de costos
Materia Primas	75%
Costos Variables	25%

Título del gráfico

■ Materia Primas ■ Costos Variables



k. Nivel tecnológico de los proveedores.

En el caso del nivel tecnológico del eslabón de proveedores complementarios de la comercialización el nivel tecnológico que aplica con ellos es elevado ya que cuentan con una infraestructura de primer nivel,

- ❖ Plantas procesadoras.
- ❖ Molinos de papel
- ❖ Maquinarias de pintado y sellado
- ❖ Maquinaria específica para aplicar tratamientos protectores de agua.

l. Análisis de la sanidad, inocuidad y certificaciones (en los casos correspondientes).

Para las cajas de plástico y cartón que se utilizaran en los procesos de comercialización de los productos los análisis de sanidad no son necesarios pero sin embargo las áreas de almacenaje y de trabajo y reciclaje deben de permanecer limpias.

Y sobre las certificaciones que se debe de tener la materia prima esta certificada por la FDA así como por EPA.

m. Análisis comparativo contra los mejores a nivel mundial.

En comparación servicios EMPCA contra los mejores del mundo no tiene ningún inconveniente para competirles de forma directa y lograr entrar sin ningún problema en los mercados, ya que cuenta con la infraestructura suficiente y presencia en Países como Estados Unidos, al igual tiene presencia en países de Latinoamérica y del Caribe, haciendo de esta una empresa que conoce de varios procesos y varios gustos de clientes a lo largo del mundo.

n. Anexo. Metodología

El análisis de este tema se vio sujeto por la siguiente metodología:

- ❖ Investigación de campo: se hicieron visitas y llamadas a las plantas productoras de estos insumos

- ❖ Investigación Documental: se realizó una investigación sobre cuales serían los productos o insumos indicados para entrar como proveedores de insumos complementarios para el eslabón de comercialización.

Análisis de Otros Proveedores Complementarios de la Red

a. Infraestructura (Red carretera, luz, agua, canales de distribución).

1.- Infraestructura Física.

1.1.- Capital Logístico.

- Razón de kilómetros de vías férreas sobre la extensión territorial.
- Kilómetros de puertos de atraque.
- Aeronaves comerciales disponibles.
- Porcentaje de kilómetros pavimentados como porcentaje del total de kilómetros disponibles.

1.2.- Facilidad de Servicios Públicos.

- Líneas telefónicas por cada 100 habitantes.
- Porcentaje de población con agua potable.
- Porcentaje de población con alcantarillado.
- Índice de volumen físico de la distribución de la electricidad.

2.- Infraestructura en conocimiento.

2.1.- Eficiencia educativa.

- Tasa de absorción a nivel superior.
- Tasa de absorción a nivel medio superior.
- Eficiencia terminal del nivel medio superior.
- Cobertura a nivel superior.

2.2.- Recursos humanos calificados.

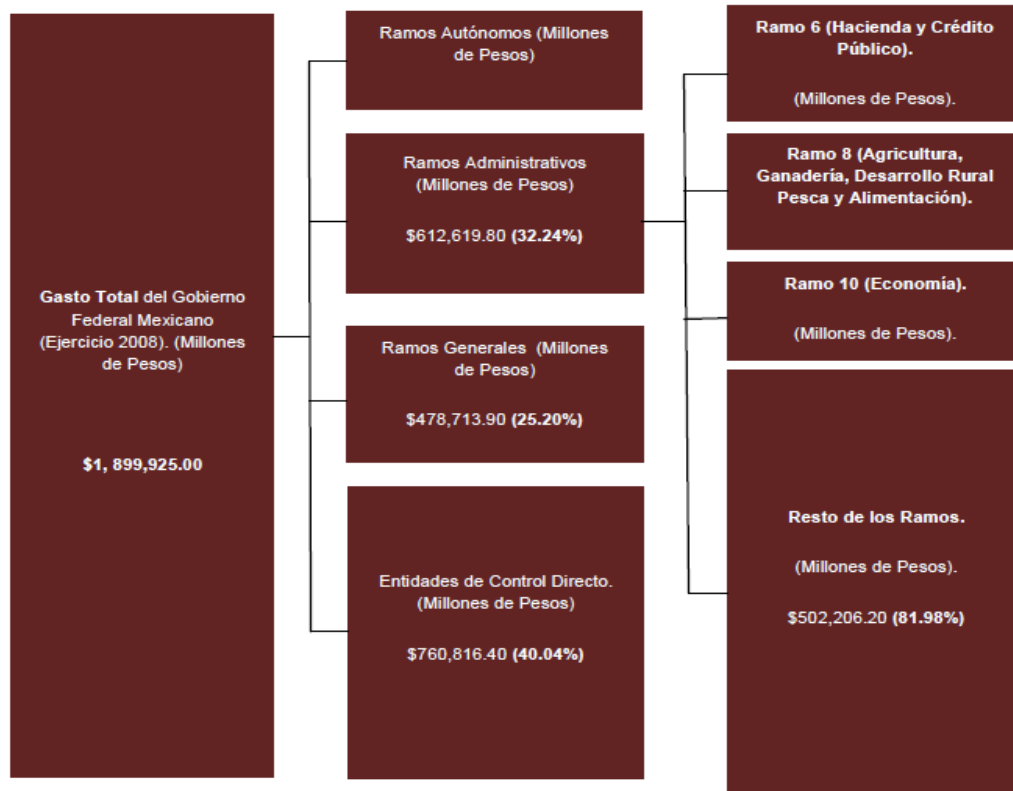
- Grado escolar promedio de la población económicamente activa.

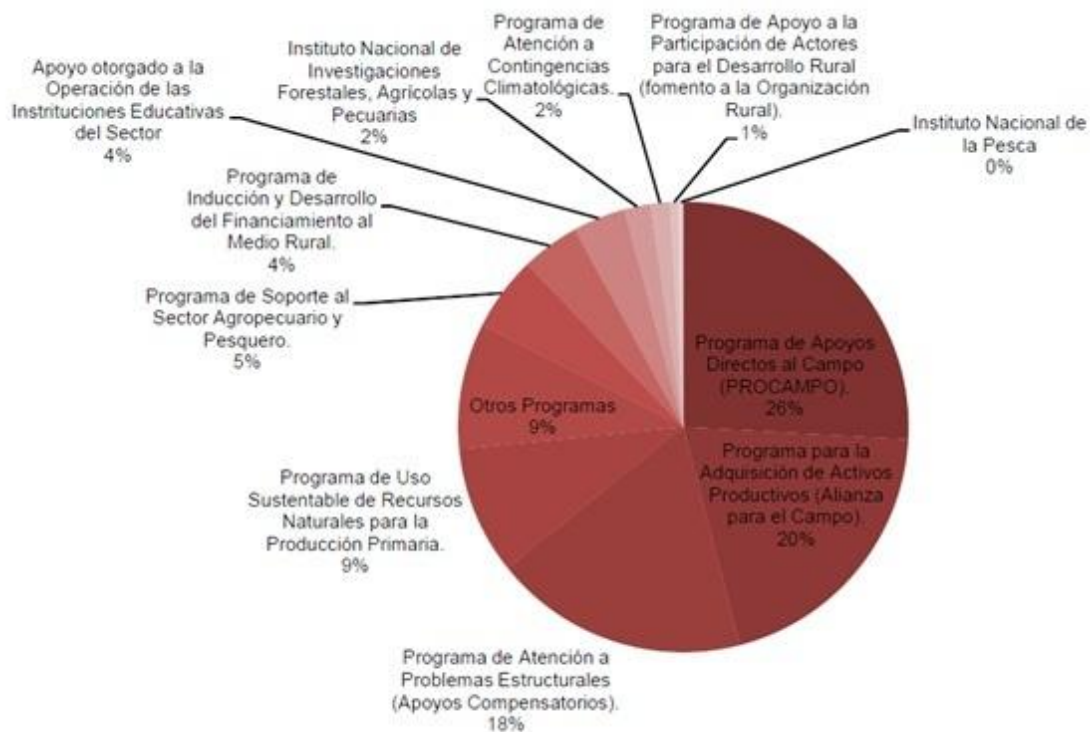
- .- Porcentaje de la población escolar de licenciatura en área de ciencias agropecuarias.
- .- Acervo cultural humano en ciencia y tecnología.
- .- Recursos humanos calificados y empleados en áreas de ciencia y tecnología.
- .- Recursos humanos educados en áreas de ciencia y tecnología.
- .- Recursos humanos ocupados en áreas de ciencia y tecnología.

b. Programas de apoyo gubernamental.

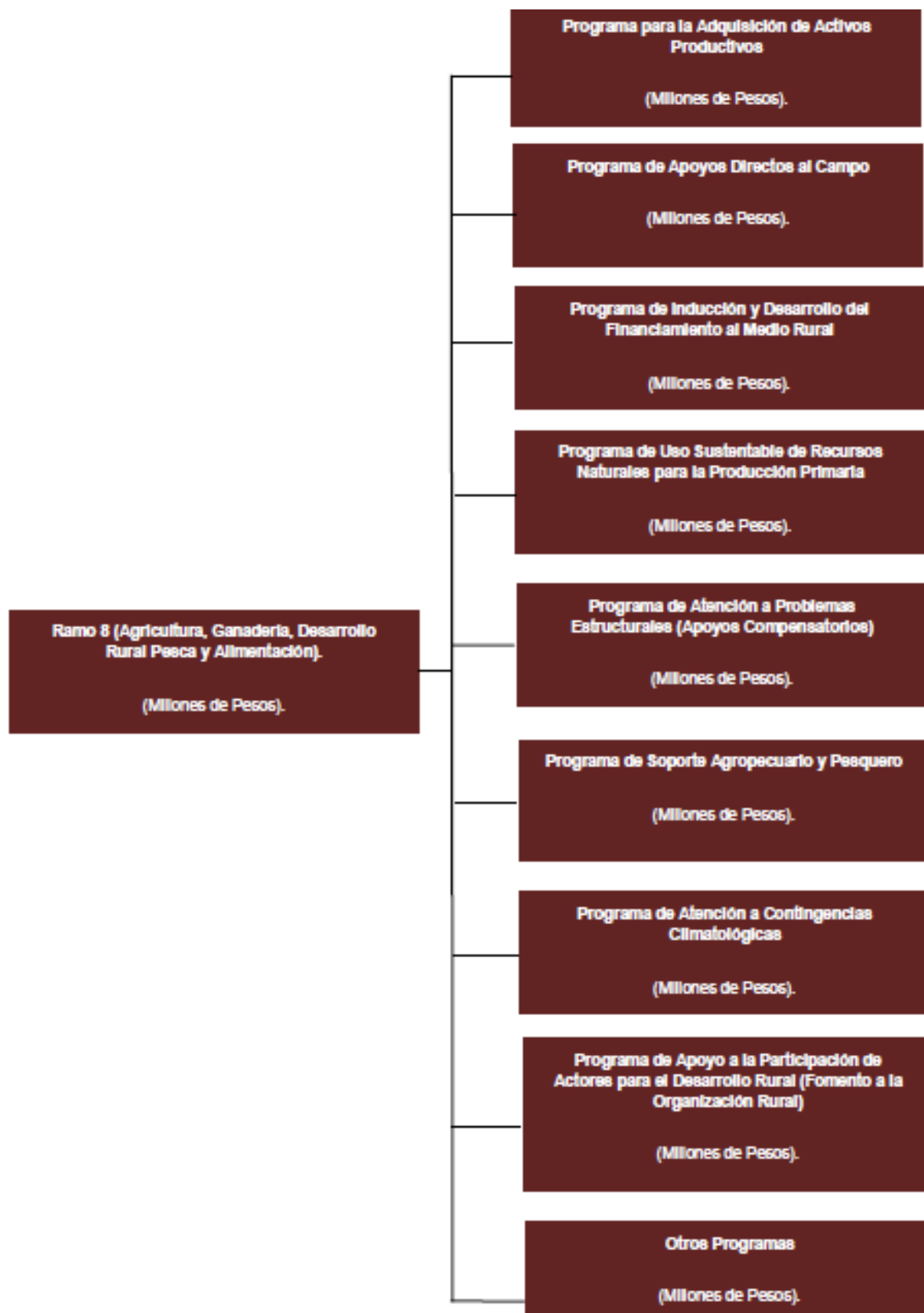
PROGRAMAS DE APOYO GUBERNAMENTAL

Esquema de la distribución del presupuesto del Ejercicio 2008 del Gobierno Federal Mexicano.





c. Esquema estructural de los montos y aportaciones de los programas para el Ramo 8 (2008)



d.

e. Programas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

Programas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (2008)	
1.	Programa para la Adquisición de Activos Productivos;
2.	Programa de Apoyos Directos al Campo (PROCAMPO);
3.	Programa de Inducción y Desarrollo del Financiamiento al Medio Rural;
4.	Programa de Uso Sustentable de Recursos Naturales para la Producción Primaria;
5.	Programa de Atención a Problemas Estructurales (Apoyos Compensatorios);
6.	Programa de Soporte;
7.	Programa de Atención a Contingencias Climatológica,
8.	Programa de Apoyo a la Participación de Actores para el Desarrollo Rural (Fomento a la Organización Rural).

Programa para la Adquisición de Activos Productivos.	
Objetivo Específico	Contribuir al incremento de los bienes de capital estratégicos de la población rural y pesquera a través del apoyo subsidiario a la inversión en regiones y unidades económicas rurales, para la realización de actividades de producción primaria, sanidad e inocuidad, procesos de agregación de valor y acceso a los mercados, así como actividades productivas del sector rural en su conjunto. Para materializar este objetivo, la Secretaría le dará continuidad en lo correspondiente a la estrategia de operación de Alianza para el Campo y del Fondo de Apoyo para la Competitividad de las Ramas Productivas.
Población Objetivo	Las personas físicas o morales que, de manera individual o colectiva, se dediquen a actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícolas, agroindustriales y del sector rural en su conjunto. Con el propósito de aplicar criterios de equidad en el otorgamiento de los apoyos, la Secretaría diferenciará los siguientes grupos: <ol style="list-style-type: none"> 1. Población habitante de localidades de Alta y muy Alta Marginación. <ol style="list-style-type: none"> a. De bajo o nulo nivel de activos productivos b. De nivel medio de activos productivos c. De alto nivel de activos. 2. Población habitante de Localidades de Media Marginación. 3. Población habitante de Localidades de Baja y Muy Baja Marginación. 4. Población Objetivo en Proyectos de Prioridad Nacional o de impacto Estatal y Regional.

Programa de Apoyo Directo al Campo (PROCAMPO).	
Objetivo Específico	El presente ordenamiento tendrá una cobertura nacional aplicable en los ciclos agrícolas primavera-verano (PV) 2002 y otoño-invierno (OI) 2002/2003 a los beneficiarios de PROCAMPO y tiene por objeto dar a conocer los requisitos y condiciones para que los productores con predios inscritos en el padrón del PROCAMPO puedan cumplirlos con oportunidad y se beneficien con los recursos asignados al Programa.
Población Objetivo.	Serán sujetos del apoyo los productores, personas físicas o morales, con predios registrados en el PROCAMPO, a los que se les haya integrado en el Centro de Apoyo al Desarrollo Rural (CADER) que les corresponda su Expediente Único Completo (ver numeral 7) que mantengan el predio en explotación y cumplan la normatividad de este Programa. Conforme a lo establecido en el artículo 59 fracción II del Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación, el otorgamiento de los apoyos
f.	Programa de Inducción y Desarrollo del Financiamiento al Medio Rural
Objetivo Específico	Propiciar un mayor acceso a los servicios financieros en el medio rural.
Población Objetivo.	Intermediarios financieros que presten servicios en el medio rural; personas físicas o morales que de manera organizada realicen actividades de contratación y dispersión de créditos en el medio rural; así como las personas físicas o morales que, de manera individual o colectiva, se dediquen a actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícolas, agroindustriales y del sector rural en su conjunto, sin acceso o con dificultades para obtener financiamiento suficiente y oportuno, sean hombres o mujeres. Para atender con criterios de equidad a la población objetivo, la Secretaría establecerá apoyos diferenciados con base en la clasificación del grado de marginación socioeconómica de los municipios o localidades del país que tenga a disposición del público usuario CONAPO, al momento de su determinación.
g.	

Programa de Uso Sustentable de Recursos Naturales para la Producción Primaria

Objetivo Específico Contribuir a la conservación, uso y manejo sustentable de los recursos naturales utilizados en la producción primaria; rescatar, preservar y potenciar los recursos biogenéticos; inducir una nueva estructura productiva, y apoyar la generación de bioenergía; mediante el pago de apoyos y servicios que permitan desarrollar sistemas integrales, obras, acciones y prácticas sustentables que ayuden a conservar y mejorar los recursos primarios utilizados en la producción agropecuaria y pesquera

Población Objetivo Las personas físicas o morales que, de manera individual o colectiva y sin distinción de género, se dediquen a actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícola, agroindustriales y del sector rural en su conjunto, así como cualquier institución u organización que tenga como objetivo el señalado en este programa.

Para este fin la Secretaría diferenciará la población por estratos de acuerdo a lo señalado en el artículo 13, incisos a), b) y c) del apartado II.1.1 de las presentes Reglas y que, además, esté ubicada en regiones, municipios o localidades clasificadas por la Secretaría en cada Entidad Federativa como de mayor prioridad por el grado de deterioro, sobreexplotación o de escasez que presentan los recursos productivos primarios suelo, agua, vegetación, pesqueros y recursos biogenéticos o con potencial productivo, de acuerdo al Anexo 16, de este programa, mismo que podrá ser modificado únicamente previa autorización de la Secretaría.

Programa de Atención a Problemas Estructurales (Apoyos Compensatorios).

Objetivo Especifico Compensar las deficiencias estructurales de los procesos productivos y de comercialización en el sector agropecuario y pesquero a través de: facilitar el acceso de los productores agropecuarios y pesqueros a los energéticos a precios competitivos; dar certidumbre a los productores de granos y oleaginosas elegibles comercializados a precios de mercado, garantizando un ingreso objetivo mínimo y ordenar el mercado de granos y oleaginosas elegibles con transacciones comerciales oportunas que den certidumbre a los productores y compradores en los mejores términos de mercado.

Población Objetivo Podrán ser beneficiarios de los apoyos de este Programa los siguientes:

h.

1. Para el caso de los energéticos agropecuarios, los sujetos productivos que forman parte del "Padrón de Beneficiarios de Energéticos Agropecuarios" integrado por la Secretaría, que utilizan diesel y gasolina ribereña en las actividades agropecuarias y pesqueras; conforme a lo establecido en los artículos 6, 7, y 8 del reglamento de la LEC.
2. Para el Ingreso Objetivo mínimo, los productores agrícolas sean personas físicas o morales u organizaciones de productores legalmente constituidas conforme a la legislación mexicana vigente, que presenten excedentes y/o problemas de comercialización de los productos, granos y oleaginosas elegibles, de acuerdo con los criterios que defina la Secretaría identificando cultivos, volúmenes, situación del mercado y regiones.
3. Para el ordenamiento del mercado de granos y oleaginosas elegibles definidos por la Secretaría: los productores, hombres y mujeres, directamente o a través de sus organizaciones; así como a consumidores y comercializadores, legalmente constituidos conforme a la legislación mexicana aplicable, interesados en adquirir los productos elegibles; aquellos facultados para comercializar el producto, ya sea por cuenta propia o por cuenta y orden de sus miembros y que suscriban contratos a término; los productores, pecuarios y fabricantes de alimentos balanceados que realicen agricultura por contrato con productores, agrícolas nacionales de granos forrajeros.
4. Para coberturas, sin distinción de géneros, los productores individuales o a través de sus organizaciones con producción comercializable de productos elegibles y los compradores de dichos productos para el caso de la agricultura por contrato y de otros esquemas de comercialización que se especifiquen.

Programa de Soporte	
Objetivo Especifico	Apoyar la generación de bienes públicos en el sector agropecuario, pesquero, acuícola y rural, tales como: información, investigación, transferencia de tecnología, sanidad, desarrollo de mercados y capacidades, inspección, vigilancia y cumplimiento de los marcos normativos; bienes necesarios para la utilización ordenada y sustentable de los recursos y potenciar su competitividad.
Población Objetivo	Serán beneficiarios de los apoyos de este programa las personas físicas o morales, que de manera individual o colectiva, se dediquen a actividades agrícolas, pecuarias, acuícola, pesqueras, agroindustriales y del sector rural en su conjunto, sean hombres o mujeres. Entre esas se incluyen: organizaciones, sociedades o asociaciones formalmente constituidas, universidades e instituciones de investigación y enseñanza, fundaciones PRODUCE, Consejos para el Desarrollo Rural Sustentable (CDRS), Comités Sistema Producto, diversos organismos auxiliares como por ejemplo los de sanidad animal o salud vegetal, Entidades Federativas, así como también los Comités de Inspección y Vigilancia.

Programa de Atención a Contingencias Climatológicas

Objetivo Específico	Apoyar a productores agropecuarios, pesqueros y acuícolas de bajos ingresos para reincorporarlos a sus actividades productivas en el menor tiempo posible ante la ocurrencia de contingencias climatológicas atípicas, relevantes, no recurrentes e impredecibles.
Población Objetivo	<p>Productores agropecuarios, pesqueros y acuícolas del medio rural de bajos ingresos, que se vean afectados en sus activos productivos elegibles por fenómenos climatológicos atípicos, relevantes, no recurrentes e impredecibles, definidos conforme al Anexo 59 de este programa, que además cumplan con los siguientes requisitos:</p> <p>Ubicarse en municipios incluidos en el Diagnóstico Climatológico emitido por la CONAGUA, que no cuenten con algún tipo de aseguramiento público o privado agropecuario, acuícola y pesquero, y cumplan con las características establecidas para el (los) sector (es) a que pertenezca, independientemente del tipo de apoyo que se solicite, de acuerdo con los siguientes criterios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Productores Agrícolas. <ol style="list-style-type: none"> a) Productores de cultivos anuales de hasta 20 hectáreas de temporal. b) Productores con cultivos perennes, plantaciones de frutales perennes, café o nopal de hasta 5 hectáreas de temporal. 2. Productores Pecuarios. <p>Productores con un hato ganadero de hasta 30 Unidades Animal de ganado mayor (bovino) o su equivalente en ganado menor, conforme a lo siguiente: 1 Unidad Animal de ganado mayor = 1 equino; 5 ovinos; 6 caprinos; 4 porcinos; 100 aves; ó 5 colmenas. Para cualquier otra especie animal no incluida en el párrafo anterior y para la cual se soliciten apoyos del programa, se deberá consultar la Tabla de Equivalencias de ganado mayor publicada el 2 de mayo del 2000 en el DOF.</p> 3. Productores Pesqueros. <p>Productores pesqueros con una embarcación menor a 10.5 metros de eslora que estén inscritos en el Registro Nacional de Pesca, cuenten con permiso o concesión de pesca vigente, matriculados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, cuya capacidad extractiva sea de hasta 15 toneladas anuales de producto fresco.</p> 4. Productores Acuícolas. <p>Productores acuícolas con una capacidad productiva de hasta 5 toneladas anuales de producto fresco o hasta 50,000 piezas anuales de otras especies. La unidad de medida para efecto de los montos de apoyo será por hectárea en el caso de sistemas extensivos o semi-intensivos y por unidad acuícola en sistemas intensivos y en el cultivo de moluscos; considerando que: 1 Unidad Acuícola = 1 jaula; 1 estanque; ó 15 módulos de canastas.</p>

i.

j. Fuentes de Financiamientos Privadas.

Al hablar de fuentes de financiamientos privadas encontramos que las instituciones bancarias tienen programas de apoyo para el campo y para realizar las Pymes pero para llegar a los recursos o financiamientos que podrían otorgar instituciones financieras se requiere un completo control así como documentación de respaldo como estados financieros un proyecto muy bien estructurado con lo cual aun el comité sistema producto camarón no cuenta con ninguna de estos.

k. Análisis comparativo contra lo que ofrecen los mismo proveedores del mejor país a nivel mundial.

Hasta hace algunos años existían por parte del gobierno apoyos muy fuertes al sector sin embargo la tendencia de los últimos años a nivel mundial va hacia las buenas practicas de la acuicultura, por esto la líneas de apoyo al sector se están concentrando en enfocar sus fuerzas a las líneas de apoyo para las producciones a grandes escalas y de manera sustentable.

En comparación con nuestro país, Estados Unidos cuenta con programas específicos que abordan las principales metas de la reestructuración como es el aumento y la apuesta por la acuicultura.

Por otro lado países como China como la industria esta mas dirigida a la pesca los apoyos gubernamentales están enfocados a 2 fines, el primero se enfoca a la conservación ambiental y el otro a la construcción de embarcaciones de fibra de vidrio y la eliminación de las embarcaciones de madera.

INTEGRACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA RED

a. Producción Máxima Sustentable (PMS).

Al hablar de la producción máxima sustentable del este comité podríamos recapitular en el apartado del eslabón de producción que aborda este mismo tema donde se da las explicación del porque y cuanto será lo optimo para la producción y se llevo a un estimado de mas o menos unas 288 toneladas por ciclo lo cual nos estaría dando como resultado de manera anual una producción de poco mayor a los 860 toneladas a una capacidad mínima de producción usando solamente 2 estanques por granja, cuando hay granjas con capacidad de entre 9 y 13 estanques en promedio.

b. Producción y capacidad de producción actual de todos los eslabones de la cadena.

Insumos Biológicos: Quizás este sea el eslabón con mayor capacidad de producción debido a que los proveedores pueden sustentar y cubrir con la demanda nacional, lo cual indica que hay una buena rotación de las ventas y una excelente distribución de las zonas.

Eslabón de Producción: las capacidades de producción para el eslabón de producción se encuentran en promedio de unas 70 o 80 toneladas por ciclo debido a que no todas las granjas se encuentran en función por la falta de capital de trabajo

Eslabón de industrialización y comercialización: la capacidad de producción para estos eslabones es nula ya que no se cuenta con procesos ni con secuencias para poder incursionar en estos procesos.

c. Análisis comparativo contra el mejor productor a nivel mundial (en producción, capacidad de producción, costos, beneficios obtenidos, etc.).

Si nos ponemos a hacer un análisis comparativo contra digamos no el mejor a nivel mundial si no contra los principales productores de camarón en el norte del país nos encontramos con una diferencia abismal entre el mismo sector ya que este sector en el sureste apenas se encuentra en una etapa de crecimiento, en comparación con los mejores productores a nivel nacional y mundial que ya cuentan con un potencial increíble de capacidades de manejo de producciones de escala. El control de los costos en fin, pero en algo con lo que si podrían competir en esta instancia es en la calidad del producto ya que es de lo mejor que existe debido a las condiciones en la cuales se lleva acabo la producción.

d. Anexo. Metodología.

El análisis de este tema se vio sujeto por la siguiente metodología:

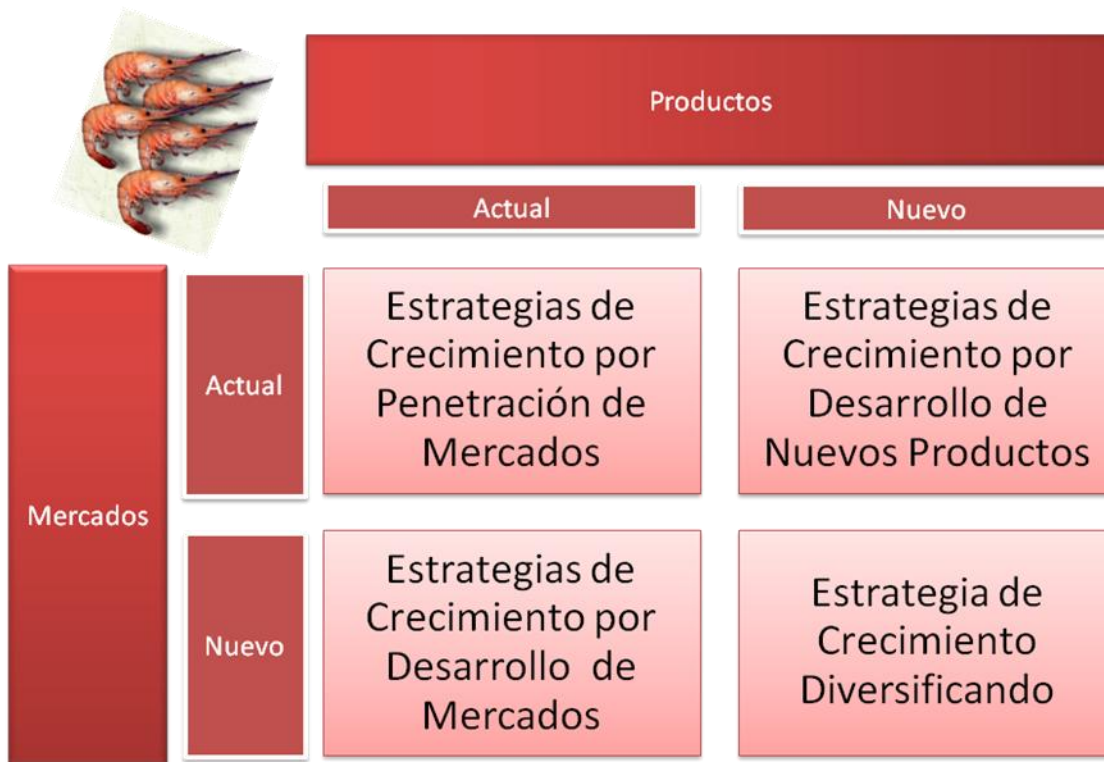
- ❖ Investigación de campo: se hicieron visitas y llamadas a las plantas productoras de estos insumos
- ❖ Investigación Documental: se realizó una investigación sobre cuáles serían los productos o insumos indicados para entrar como proveedores de insumos complementarios para el eslabón de comercialización.

Programa Estratégico de Crecimiento

a. Matriz de crecimiento.

Lograr la competitividad del Comité Sistema producto Camarón Tabasco sería el principal objetivo de este programa estratégico de crecimiento.

Para que se logre concretar la competitividad de este sistema producto se necesita establecer las bases para el desarrollo de un programa estratégico. Como se muestra en la siguiente matriz:



b. Estrategias para la red.

Estrategias para la cadena.



c. Estrategias para la red de valor.

Para la red de valor optima, estable la infraestructura, acciones y proyectos con los que debe de contar este Sistema para un buen desempeño, al igual se debe de hacer mención de la red de valor actual, la cual engloba todos los recursos capitales y humanos con los que no encontramos compitiendo en la actualidad.

La diferencia entre ambas redes, es al que generan los proyectos para lograr la optimización de la red.

d. Estrategias para el eslabón del insumo biológico.

Para lograr un crecimiento en este eslabón se deben de tomar en cuenta las siguientes estrategias:

- **Estrategia 1:** entablar relación con los productores del sistema producto camarón tabasco AC, para así lograr compenetrar una relación comercial fuerte.
- **Estrategia 2:** alianzas estratégicas con los productores de esta industria para así poder colocar las larvas, consiguiendo una participación de mercado considerable.
- **Estrategia 3:** eliminar el desabasto de los insumos de manera propia y al igual de los productores de camarón.

Siguiendo estas estrategias se podría llegar a un crecimiento de manera constante para el eslabón de insumos biológicos ya que se podrían asegurar el movimiento de dichos insumos y n desperdiciar recursos.

e. Estrategias para el eslabón de producción.

Para lograr el crecimiento en el eslabón más fuerte dentro de este sistema producto se podrían establecer muchas estrategias pero para no indagar mucho en estas podríamos enumerar las estrategias a seguir de mayor importancia, las cuales:

- **Estrategia 1:** conseguir el capital de trabajo mediante programas de apoyo gubernamentales para la industria para poder consolidar producciones representativas.
- **Estrategia 2:** consolidar producciones para poder cubrir la demanda actual del producto, así como producciones periódicas.
- **Estrategia 3:** lograr producciones escalonadas para poder cubrir con la demanda de los mercados actuales y nuevos.

- **Estrategia 4:** establecer alianzas estratégicas con los integrantes de los siguientes eslabones.

f. Estrategias para el eslabón de industrialización.

Para el eslabón de industrialización el cual no existe dentro de la cadena del sistema producto camarón tabasco AC, podemos determinar que a la hora que sea incluido dentro de este comité pueda tener el crecimiento adecuado siguiendo las estrategias que a continuación se indican.

- **Estrategia 1:** Alianzas estratégicas con los principales proveedores de los insumos.
- **Estrategia 2:** proveer una amplia gama de productos derivados del camarón.

- **Estrategia 3:** Construir plantas automatizadas para estandarizar los procesos de producción.

Como se menciona en líneas arriba este eslabón es nulo dentro del sistema producto camarón tabasco AC, pero el cual tiene un gran peso sobre el futuro del mismo ya que ampliando la diversidad de los productos que se puedan llegar a ofrecer se podría incursionar en nuevos mercados.

g. Estrategias para el eslabón de comercialización.

Este al igual que el eslabón de la industrialización es casi inexistente dentro de la cadena de este sistema ya que solamente se cuenta con un solo comercializador el cual es inconsistente dentro de los manejos y tratos con los productores, el cual para lograr un crecimiento y así completar de manera satisfactoria la cadena de este sistema, tomando en cuenta las siguientes estrategias:

- **Estrategia 1:** alianzas estratégicas con los integrantes del eslabón de industrialización, para así buscar un fin común.

- **Estrategia 2:** buscar puntos de venta fuertes dentro de los distribuidores de la zona y del resto del país.
- **Estrategia 3:** generar relaciones comerciales con representantes de clientes potenciales de la zona, nacionales e internacionales, para lograr la colocación de los productos.
- **Estrategia 4:** realizar una investigación de mercado para ver la factibilidad y la aceptación a los productos que se llegaran a ofrecer por parte del sistema.

h. Estrategias para los proveedores complementarios del eslabón del insumo biológico.

Las estrategias que se seguirían con los proveedores complementarios de este eslabón quizás sean las más sencillas, las cuales son:

- Estrategia 1: establecer alianzas estratégicas con proveedores de maquinaria para el control y producción de alimentos y larvas.
- Estrategia 2: mantener producciones de larvas constantes y de buena calidad para no caer en desabasto de este insumo tan importante.

Nosotros consideramos que al trabajar con estos puntos se podría tener un crecimiento constante para este eslabón

- i. Estrategias para los proveedores complementarios del eslabón de producción.**

Realmente para este eslabón si se buscara un crecimiento adecuado y que apoye a todo el sector la única estrategia que se podría apoyar y compartir con ellos sería:

- Estrategia 1: establecer alianzas estratégicas con los proveedores de las maquinarias, y de equipos que les ayude para mejorar las producciones.
- Estrategia 2: establecer revisiones periódicas al equipo que se usa para las producciones, como por ejemplo: bombas de agua, motores aireadores, etc.

j. Estrategias para los proveedores complementarios del eslabón de industrialización.

Para lograr un crecimiento en la parte proveedores complementarios del eslabón de industrialización se requeriría seguir los lineamientos de solo una estrategia que al igual que los puntos anteriores sería:

- Estrategia 1: alianzas estratégicas con los proveedores de maquinaria para los procesos de la industrialización de los productos, así como con los proveedores de los empaques de plástico para la conservación y distribución de los productos, que se puedan llegar a procesar.
- Estrategia 2: realizar una investigación de mercado para identificar los productos que pudieran llegar a tener aceptación de acuerdo a la zona, así como las especificaciones de venta.

k. Estrategias para los proveedores complementarios del eslabón de comercialización.

Para el rubro de proveedores complementarios del eslabón de comercialización se sugieren las siguientes estrategias para lograr un crecimiento y así puede cumplir con los lineamientos de la matriz de crecimiento:

- Estrategia 1: realizar una investigación de mercado para así lograr identificar cual seria el mercado real para cada uno de los productos.
- Estrategia 2: alianzas con los equipos de distribuidores de los productos para generar una relación comercial en la cual la meta sea ganar – ganar para así llegar a puntos de entendimiento comercial optimo.

I. Líneas de acción para las estrategias anteriores.

Las líneas de acción que se seguirían para poder alcanzar los puntos y poder cumplir con las estrategias que se proponen para el crecimiento del sistema serian de manera global:

- Agendar citas o reuniones con representantes de las empresas de equipo, maquinaria, insumos biológicos, comercializadores. Para así dirigir y lograr acuerdos con ellos para poder generar relaciones que representen un crecimiento constante para ambos sectores y así poder llegar a tener un sistema de producción de camarón acuícola en tabasco autosustentable.
- Establecer una correcta organización dentro del mismo sector o sistema para así no sobrepasar sobre ningún ponto a la hora de llegar a un convenio.

- Establecer jerarquías y poderes de mando en las tomas de decisiones.
- Gestionar de manera adecuada un plan para el mejoramiento y tratamiento de aguas de la zona de grajas o aguas de abasto para los estanques
- Para mejorar en cuestión de organización de sus producciones: se sugiere asistencia y talleres en cuanto manejo de costos y de contabilidad para así poder programar producciones periódicas y bien abastecidas.

A continuación presentaremos un cuadro en el cual se enumeran las líneas estratégicas para este 2010 las cuales se determinaron en una reunión que se tuvo con los productores del Comité Sistema Producto Camarón Tabasco AC, así como las debilidades o problemática que estas podrían resolver.

LINEA ESTRATEGICA	DEBILIDADES QUE RESOLVERA
GESTIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE AGUA	POR CUESTIONES AMBIENTALES (JUL-SEP) SE INCREMENTA LA SALINIDAD Y AFECTA LA PRODUCCION
ASISTENCIA TECNICA EN EL CONTROL DE COSTOS (CONTABILIDAD)	COSTOS ALTOS EN PRODUCCION
GESTION DE LA ELABORACION DE UN DIAGNOSTICO DE NECESIDADES FINANCIERAS	FINANCIAMIENTO PARA CAPITAL DE TRABAJO
ORGANIZAR COMPRAS EN VOLUMEN	COSTO DE TRANSPORTE DE ALIMENTO DIFICULTADES EN TRANSPORTACION
ESTUDIO DE MERCADO	COLOCACION POSTCOSECHA POCA OPORTUNIDAD DE MERCADO SIN VALOR AGREGADO FINANCIAMIENTO PARA DAR VALOR AGREGADO FALTA DE CALENDARIZACION EN LA PRODUCCION
FORTALECIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN INTERNA DEL COMITÉ	COMPETENCIA DESLEAL EN FIJACION DE PRECIOS O POR DESORGANIZACION DE PRODUCTORES FALTA DE ALIANZAS ESTRATEGICAS POCA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES FALTA DE CONOCIMIENTO DE PROCESOS PRODUCTIVOS ENTRE LOS MIEMBROS DEL COMITÉ FALTA DE ASISTENCIA TECNICA DETECTAR CUALES SON LOS VOLUMENES Y DEFINIR EL TIPO DE PRODUCTO DETERMINAR LOS VOLUMENES DE FORMA PROGRAMADA ASESORIA TECNICA
VINCULACION CON DIFERENTES PRODUCTORES DE LARVAS	PROBLEMAS PARA CONSEGUIR LARVAS (DESABASTO) POCO CONOCIMIENTO DE LA CALIDAD DE LAS LARVAS

	MEJORAMIENTO DE CALIDAD DE LARVAS
VINCULACION CON DIFERENTES PROVEEDORES DE ALIMENTOS	DEPENDENCIA DE PRODUCTOR DE ALIMENTO
INSPECCION Y VIGILANCIA DEL COMITÉ	PERDIDA EN LA VIGILANCIA DE LO QUE HACE EL COMITÉ (POR LO QUE PASO ANTES)
GESTIONAR PROMOCION Y DIFUSION DE NORMAS Y REGLAMENTOS CONOCIMIENTO DE REQUISITOS, TRAMITES Y PROTECCION JURIDICA EN SU CASO	TRAMITES SEMARNAT (MIA), PROFEPA, CONAGUA, CFE

Al igual a continuación se colocaran las líneas estratégicas según el orden de importancia para lograr un buen crecimiento escalonado para este sistema

LINEA ESTRATEGICA	DEBILIDADES QUE RESOLVERA
1) FORTALECIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN INTERNA DEL COMITÉ	COMPETENCIA DESLEAL EN FIJACION DE PRECIOS O POR DESORGANIZACION DE PRODUCTORES FALTA DE ALIANZAS ESTRATEGICAS POCA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES FALTA DE CONOCIMIENTO DE PROCESOS PRODUCTIVOS ENTRE LOS MIEMBROS DEL COMITÉ FALTA DE ASISTENCIA TECNICA DETECTAR CUALES SON LOS VOLUMENES Y DEFINIR EL TIPO DE PRODUCTO DETERMINAR LOS VOLUMENES DE FORMA PROGRAMADA ASESORIA TECNICA
2) ESTUDIO DE MERCADO	COLOCACION POSTCOSECHA POCA OPORTUNIDAD DE MERCADO

	SIN VALOR AGREGADO FINANCIAMIENTO PARA DAR VALOR AGREGADO FALTA DE CALENDARIZACION EN LA PRODUCCION
3) VINCULACION CON DIFERENTES PRODUCTORES DE LARVAS	PROBLEMAS PARA CONSEGUIR LARVAS (DESABASTO) POCO CONOCIMIENTO DE LA CALIDAD DE LAS LARVAS MEJORAMIENTO DE CALIDAD DE LARVAS
4) VINCULACION CON DIFERENTES PROVEEDORES DE ALIMENTOS	DEPENDENCIA DE PRODUCTOR DE ALIMENTO
5) GESTIONAR PROMOCION Y DIFUSION DE NORMAS Y REGLAMENTOS DE CONOCIMIENTO DE REQUISITOS, TRAMITES Y PROTECCION JURIDICA EN SU CASO	TRAMITES SEMARNAT (MIA), PROFEPA, CONAGUA, CFE
6) INSPECCION Y VIGILANCIA DEL COMITÉ	PERDIDA EN LA VIGILANCIA DE LO QUE HACE EL COMITÉ (POR LO QUE PASO ANTES)
7) ASISTENCIA TECNICA EN EL CONTROL DE COSTOS (CONTABILIDAD)	COSTOS ALTOS EN PRODUCCION
8) GESTION DE LA ELABORACION DE UN DIAGNOSTICO DE NECESIDADES FINANCIERAS	FINANCIAMIENTO PARA CAPITAL DE TRABAJO
9) GESTIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE AGUA	POR CUESTIONES AMBIENTALES (JUL-SEP) SE INCREMENTA LA SALINIDAD Y AFECTA LA PRODUCCION
10) ORGANIZAR COMPRAS EN VOLUMEN	COSTO DE TRANSPORTE DE ALIMENTO DIFICULTADES EN TRANSPORTACION

m.Anexo. Metodología.

La metodología utilizada en este apartado consistió en investigación documental e investigación de campo.

- Fuentes Primarias:

- Visitas de campo
- Entrevistas con Proveedores de la Región.
- Platicas con personas con experiencia en el ramo
- Fuentes secundarias:
 - Investigaciones en internet

B. Optimización de la Oferta

a. Matriz de Optimización Anual.

La siguiente matriz analiza el crecimiento del sector productivo camarón en la entidad, y plantea varios escenarios considerando un modelo de crecimiento de redes óptimas planteando varias opciones de crecimiento que implican varias modificaciones en orden jerárquico de la manera en cómo se producen y comercializan el producto actualmente.

Los cambios van desde abrirse nuevos mercados hasta la diversificación de los mismo, buscando competir en diferentes mercados que si bien implican un mayor riesgo para el productor, también son remunerados con un margen de utilidad mucho más amplio.

Los cambios que se plantean en la presente matriz parten de una estrategia de crecimiento paulatina y sostenida, pero sobre todo aterrizada a las capacidades tanto productivas, como comerciales y económicas actuales del sector en el Estado, aunado a esto se considera de manera importante los factores externos que influyen de manera directa en el crecimiento del sector tales como la reducción de apoyos al campo por parte de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario Forestal y Pesca del Gobierno del Estado de Tabasco, así como tiempo necesario para poder recibir los

apoyos federales que otorga la SAGARPA por medio de su Delegación Estatal.

La matriz presentada a continuación parte de cuatro estrategias básicas de crecimiento con respecto al Mercado y a los Productos tanto actuales como Potenciales; cada una de las presentes estrategias es planteada considerando diversos montos de inversión y diverso grado de activos.

Las estrategias que desarrolla la matriz son las siguientes:

- **ESTRATEGIA DE PENETRACION DE MERCADOS.** La presente estrategia pretende maximizar el potencial del producto actual en los mercados a los que actualmente se abastecen; esta estrategia se implica participar en mayor medida en el mercado con adecuaciones e inversiones prácticamente nulas.
- **ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE MERCADOS.** Ésta estrategia implica el entrar a nuevos mercados con los productos que se ofertan actualmente; para desarrollar ésta estrategia se considera una inversión mínima que estaría constituida principalmente por la adquisición de vehículos o la contratación de transporte para poder abastecer los nuevos mercados.

- **ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS.** Se representa mediante la creación de una gama más amplia de productos y subproductos, partiendo del producto estrella, con el objetivo de abarcar un mayor porcentaje de mercado; para ésta estrategia se requiere de una inversión más amplia en materia de producción, cosecha y pos cosecha.
- **ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DIVERSIFICADO.** Ésta estrategia se refiere a un crecimiento en la gama de productos que se puedan ofrecer y también busca la diversificación de mercados agregando más valor a los productos y por lo mismo obteniendo un mayor grado de utilidad; sin embargo, esta estrategia implica una inversión mucho mayor que las demás, ya que el grado de complejidad de los productos es mucho mayor que en las demás estrategias propuestas.

agm ~~Internacional~~



		Mercados	
		Actual	Nuevo
Producto	Actual	<ul style="list-style-type: none"> - Camarón entero fresco a pie de estanque (100 %); Venta local. 	<ul style="list-style-type: none"> - Camarón entero fresco a pie de estanque (30%) venta local. - Camarón entero fresco / taras con hielo (70%) ; autoservicios de la región.
	Nuevo	<ul style="list-style-type: none"> -Camarón entero empaquetado en presentaciones de 1 , 2 y 5 kg. (70 %); Venta local. -Camarón grande s/cabeza empaquetado en presentaciones de 1,2 y 5 kg. (30%); Venta local. 	<ul style="list-style-type: none"> -Brochetas de camarón (30%), -Nuggets de camarón (30%), - Camarón precocido empaquetado en presentación de 1 kg. (30%), -Camarón grande s/cabeza congelado, en presentación de 1 kg; Mercado nacional y CEDIs Regionales.

Con el objetivo de generar la Optimización de la Oferta, en relación a las estrategias centrales antes mencionadas, se presentan los siguientes escenarios que describen de manera más abundante.

Escenario 1.

- STATUS QUO: Actualmente los productores de camarón que integran el sistema producto, comercializan el 100 % de su producción sin ningún valor agregado y a pie de estanque; ésta situación prevalece debido al bajo grado de experiencia en el manejo de producciones acuícolas, infraestructura, conocimiento y recursos económicos que limitan el desarrollo del grupo.

Éste escenario tiene sus mayores limitaciones en la falta de recursos y depende casi en su totalidad de los apoyos que se otorgan de manera directa al sector en el Estado por medio de la SEDAFOP y la Delegación Estatal de la SAGARPA.

Escenario 2

Corto Plazo.

- PRODUCTOS ACTUALES – NUEVOS MERCADOS: Éste escenario considera que el mismo producto puede tener entrada en nuevos mercados, comenzando con esto el proceso de diversificación de sus mercados, disminuyendo el grado de dependencia de un solo comprador y pudiendo dar salida mucho más rápido a su producción.

Las implicaciones más importantes de éste escenario comienzan a ser los costos adicionales por agregar valor al cliente; a pesar de que en teoría se trata del mismo producto, para efectos de esta estrategia se busca distribuirlo de manera directa a mercados locales, tianguis y autoservicios de la región; las taras con hielo no modificarían el estado actual del producto, más si alargarían su vida de anaquel, aunque comienzan a representar una inversión y una responsabilidad mayor para el productor, ya que el incursionar en nuevos mercados traerá consigo el cumplimiento de nuevos

compromisos de venta, con clientes diversos y esquema de negociación diversos.

Escenario 3

Mediano Plazo.

- **PRODUCTOS NUEVOS - MERCADO ACTUAL:** Éste escenario está planteado para satisfacer las necesidades latentes del mercado local mediante el ofrecimiento de producto empaquetado en diversas presentaciones, ésta presentación permitirá tener un sobreprecio en el producto ya que éste lleva un proceso de valor agregado (selección del producto, empaque, diseño); en éste escenario también se considera el desarrollo de un empaque que contenga una selección de camarones grandes sin cabeza que comenzará a representar una parte importante de la producción que será ofrecida con un nivel medio de valor agregado y escasa promoción ya que será vendido en el mercado local.

El presente escenario tiene varias limitaciones similares a las del Escenario 2, ya que de nueva cuenta los recursos económicos juegan un papel preponderante en el poder proporcionar valor agregado al producto o no, el poder distribuirlo o no; éste escenario implica un mayor grado de especialización en la producción, para dar paso a nuevas tareas como el manejo pos cosecha y el empaque.

Escenario 4

Largo Plazo.

- **PRODUCTOS NUEVOS – MERCADOS NUEVOS:** El presente escenario considera el desarrollo de una diversa gama de productos con un alto valor agregado, distribuido en los principales centros de consumo masivos de la región y el país; el grado de valor agregado que presentan los productos en este escenario son muy elevados, lo cual implica un conocimiento amplio no solo de la producción a gran escala, sino también de las necesidades y requerimientos de dichos mercados.

En este caso, las limitaciones son mucho más grandes si las comparamos con la situación actual del sector; aunque parecieran ser muy lejanas, si los escenarios 2 y 3 se logran dar de manera paulatina, se obtiene el financiamiento adecuado para desarrollar la industria, los productores se capitalizan, se capacitan y logran concretar el desarrollo de nuevos productos de manera exitosa, éste escenario se dará como una consecuencia lógica de los pasos precedentes, se vendrá arrastrando un equipo de trabajo consolidado, se habrán formado una reputación a nivel local, habrán aprendido de experiencias tanto buenas como desafortunadas, habrán estrechado los vínculos con las instituciones pertinentes, y sobre todo habrán desarrollado y fortalecido el seno de su organización durante este proceso.

b. Estrategias para la red de valor.

Para la red de valor optima, estable la infraestructura, acciones y proyectos con los que debe de contar este Sistema para un buen desempeño, al igual se debe de hacer mención de la red de valor actual, la cual engloba todos los recursos capitales y humanos con los que no encontramos compitiendo en la actualidad.

La diferencia entre ambas redes, es al que generan los proyectos para lograr la optimización de la red.

c. Estrategias para el eslabón del insumo biológico.

Para la optimización de la oferta este eslabón debe de aplicar una serie de ajustes en cuanto a los precios de venta de los insumos y así poder colocar ventas por volumen, para así impulsar al sector productor de camarón de tabasco, y poder tener clientes fijos para sus insumos.

d. Estrategias para el eslabón de producción.

La estrategia a seguir dentro del eslabón de producción para la optimización de la oferta y su línea de acción seria:

- Estrategia 1: bajar los costos de producción de camarón en el sistema.

- ✓ Línea de acción: ir proveyendo al sector de una ventaja competitiva en la disminución o reducción de costos, lo cual nos lleva a enfocar los esfuerzos en los costos de la industria de insumos.
- ✓ Generar compras consolidadas entre los productores para así lograr manejar volumen a la hora de sus ventas, para lograr mejores precios a la hora de las negociaciones.
- Estrategia 2: incrementar el valor agregado del camarón de acuerdo a las demandas de los mercados que pudieran resultar más rentables para el sector.
 - ✓ Línea de acción: implementar mejores prácticas para el manejo de las exportaciones de los productos producidos por el sistema.

e. Estrategias para el eslabón de industrialización.

Debido a que en el sector no hay existencia del eslabón de industrialización la estrategia sería:

- Estrategia 1: empezar a manejar la industria del camarón, para así producir o manufacturar alimentos procesados hechos a base de camarón.
- Estrategia 2: realizar un estudio de mercado exhaustivo y muy bien sectorizado para poder identificar bien los productos que en realidad tendrían entrada y sobre todo para conocer el mercado al cual se tendrían que dirigir.
 - Líneas de acción: contratar a un despacho especializado para el estudio de mercados y proponer el alcance objetivo de este eslabón.
 - Proponer maneras y buscar apoyos para empezar a funcionar este eslabón lo más pronto posible ya que es un factor de crecimiento económico muy considerable para la industria y para el sector.

f. Estrategias para el eslabón de comercialización.

Este eslabón al igual que el de industrialización es casi nulo dentro del sistema por las razones que en la parte de análisis del eslabón de comercialización se mencionan, sin embargo para alcanzar el punto de optimización de la oferta en este punto, la estrategia a seguir sería:

- Estrategia 1: igualar el poder de precios entre comercializadores y productores del sector.
 - Línea de acción: hacer crecer las posibilidades de diversificación y penetración de mercados.
 - Incrementar el número de clientes que compren los productos ya sea de manera nacional o internacional.
 - Lograr la diversificación de mercados mediante su conocimiento.

g. Estrategias para los proveedores complementarios

Para poder establecer una estrategia para los proveedores complementarios se harán de manera global para no ser repetitivos, ya que se considera que las mismas estrategias que se pudieran utilizar para los proveedores complementarios del eslabón de producción así como para los de comercialización o de industrialización.

- Estrategia 1: disminuir los obstáculos para lograr el desarrollo sustentable del sector.
 - Línea de acción: establecer alianzas estratégicas con los productores y proveedores para buscar el desarrollo auto sustentable del sector.

h. Anexo. Metodología.

La metodología utilizada para esta parte del plan maestro del Sistema Producto Camarón Tabasco AC. Fue la siguiente:

1. Determinación de los escenarios de mercados así como la elaboración de la matriz, para el comité del sistema Producto Camarón Tabasco AC,
2. Determinación de la optimización de la oferta.
3. Descripción de los escenarios para el Comité Sistema Producto Camarón Tabasco considerando puntos como:
 - a. Eslabón de insumos biológicos
 - b. Eslabón de producción

c. Valor agregado

d. Etc.

4. Estrategias y líneas de acción para cada uno de los eslabones de la cadena.

C. Concentrado de Proyectos

- Descripción de proyectos de crecimiento de capacidades.

En la siguiente tabla presentaremos los proyectos de mayor importancia y en orden siendo el 1 el más urgente y el mes el menos urgente.

Proyectos para el: “Eslabón de Producción”		
1er. Proyecto: Producciones constantes y estandarizadas del comité.	2do. Proyecto: Compras consolidadas de insumos.	3er. Proyecto: Producciones escalonadas.

A continuación se describirán cada uno de los proyectos anteriormente señalados.

- **1er. Proyecto: Producciones constantes y estandarizadas**

Objetivo:

- Lograr un crecimiento constante y efectivo del comité en este aspecto.
- Impulsar al sector acuícola mediante captación de fondos para obtener capital de trabajo, para así lograr las producciones constantes y estandarizadas por parte de todos los productores del sector.

Justificación:

- La justificación para este proyecto cae solamente en que los productores no tienen el suficiente capital de trabajo para poder cubrir con una demanda constante, y tampoco para

producir de manera constante, ya que los recursos con los que cuentan son limitados.

- Obtener un único financiamiento por parte del gobierno o alguna institución bancaria esto para poder arrancar con las producciones y así poder echar a andar los planes del comité.

Instrumentación:

- La meta de este proyecto es a más tardar 2 años, esto para tener muy bien establecidos y en orden documentación que pudieran servir como comprobación para la actividad o para los financiamientos.
- Acciones:
 - Gestionar financiamientos para poder contar con capital de trabajo y empezar a tener presencia en el mercado y en sector acuícola del país.

2do. Proyecto: Compras consolidadas de Insumos Biológicos.

Objetivos:

- Reducción de costos de producción.
- Ampliar márgenes de utilidad.
- Lograr incrementar los niveles de producción.

Justificación:

- la justificación de esta cae en la necesidad de reducir los costos de producción, ya que al no poder conseguir ventas consolidadas o de volumen el precio de los insumos se incrementa de manera considerable teniendo aquí en este punto mas del 70% de sus costos de producción.

- Al igual consolidando este proyecto se podría llegar a tener un mayor margen de utilidad y poder cubrir en menor plazo los financiamientos y así poder generar a tiempos mas cortos utilidades que sean 100% para los productores y así poder las utilizar en la mejora continua de sus granjas acuícolas o en proyectos que les sirvan de manera común para todos los integrantes de este sistema.

Instrumentación:

- Las metas para este proyecto para lograr las compras consolidadas es de 2 años.
- Acciones:
 - Agrupar a los productores ya fuera por zonas o por niveles de producción.
 - Establecer mínimos de compras para mejora de precios con los proveedores de los insumos biológicos y alimento.

3er. Proyecto: Producciones escalonadas y cíclicas.

Objetivo:

- Procurar evitar el desabasto de camarón en los mercados potenciales ni actuales.

Justificación:

- El poder consolidar producciones escalonadas de camarón solamente se tiene que dar para no caer en el desabasto y así poder mover de una manera mejor distribuida el producto de todos y cada uno de los productores

Instrumentación:

- Para poder llevar acabo este proyecto se tendría que poner de acuerdo en la temporada o meses de producción que le tocaría a cada uno de los productores con la finalidad de que en el año por lo menos cada uno de ellos haya cosechado su producto en tres ocasiones.
- Metas de este proyecto trazadas a 2 años.

Proyectos para los eslabones de industrialización y de comercialización:

Debido a que en el sistema producto camarón tabasco no se cuenta con ninguno de estos 2 eslabones los registraremos en el mismo apartado esto para no caer en términos repetitivos.

Proyecto eslabón de industrialización

- Incorporación de una planta procesadora
- Investigación de mercados potenciales.

Proyecto eslabón de comercialización

- Búsqueda y apertura de nuevos mercados.
- Adquisición de flotilla para procesos de distribución y comercialización.

Para llevar acabo estos proyectos primeramente se tendría que tomar la decisión de incursionar en estos puntos

Objetivo:

- Estos proyectos tienen como objetivo principal ampliar la gama de productos así como el mercado del sistema.
- Incursionar en nuevos mercados con nuevos productos buscando el crecimiento del comité.

Justificación:

- Para poder obtener un amplio margen de utilidades y poder competir de manera directa en mercados donde cada día se pide a los ofertantes variedad de productos es necesario llevar a cabo estos proyectos ya que en la zona sureste del país no se cuenta con industria de este tipo, pero parte importante es que existe un gran mercado para poder explotarlo, hay zonas hoteleras importantes, cadenas restauranteras, y un gran numero mercados y centrales de abastos en las cuales su pudieran llegara introducir la variedad de productos que se pudieran procesar.

Instrumentación:

- Las metas para estos proyectos quizás sean las de mayor plazo por lo cual la estipulamos a 5 años.

- **Descripción de capacitación y asesoría técnica necesaria.**

Para el eslabón de producción las capacitaciones y asesorías serian las siguientes:

No.	Capacitación	Asesoría técnica
1	Control de costos	Para esta capacitación se requerirá la intervención por parte de la gerencia del comité para lograr la disminución de costos de producción.
2	Manejo de producciones	Gestionar asesorías técnicas por parte de técnicos, expertos en el manejo de producciones de volumen.
3	Buenas Practicas de producción Acuicola	Gestionar cursos de capacitación con personal calificado, y así poder darle un valor agregado al producto.
4	Accesos a financiamientos	Por Parte de INCA o por la misma SAGARPA, Gestionar asesorías y capacitación para saber como acceder mas fácilmente a financiamiento

Para el eslabón de industrialización las capacitaciones y las asesorías serían:

No.	Capacitación	Asesoría técnica
1	Desarrollo de nuevos productos	asesorías con técnicos en alimentos para el procesado de los nuevos productos
2	Manejo de procesos y maquinaria industrial	Cursos con expertos en procesos de manufactura e industrialización de alimentos. Así como asistencia técnica para el manejo de la maquinaria o equipo
3	Manejo de subproductos	Asesorías en manejo de desperdicios y como utilizarlos de manera optima para poder optimizar los recursos al máximo

Para el eslabón de comercialización los cursos o capacitaciones serian en el ramo de la distribución y gestión de mercados como por ejemplo:

No.	Capacitación	Asesoría técnica
1	Penetración de mercados	gestionar y contratar los servicios de un despacho especializado en investigaciones de mercado para identificar los puntos a los cuales se podrían atacar con los nuevos productos
2	sistema de transporte y distribución	asociación con empresas de fletes comerciales
3	Promoción de nuevos productos y productos existentes	gestionar y contratar los servicios de un despacho especializado en investigaciones de mercado para identificar los puntos a los cuales se podrían atacar con los

		nuevos productos
--	--	------------------

- Cronograma de acción.

Cronograma para el eslabón de Producción:

No.	Capacitación	Tiempo de ejecución (meses)											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1	Control de costos			X	X	X							
2	Manejo de producciones						X	X	X				
3	Buenas Practicas de producción acuícola						X	X	X	X	X		

4	Accesos a financiamientos				X	X	X	X	X	X	X		
---	---------------------------	--	--	--	---	---	---	---	---	---	---	--	--

Cronograma para el eslabón de Industrialización:

No.	Capacitación	Tiempo de ejecución (años)				
		1	2	3	4	5
1	Desarrollo de nuevos productos	X	X	X	X	X
2	Manejo de Procesos y maquinaria industrial		X	X	X	X
3	Manejo de subproductos	X	X	X	X	X

Cronograma para el eslabón de Comercialización:

No.	Capacitación	Tiempo de ejecución (años)				
		1	2	3	4	5

1	Penetración de Mercados	X	X	X		
2	Sistema de Transporte		X	X	X	
3	Promoción y difusión de nuevos productos	X	X	X	X	X

- **Anexo. Metodología.**

En este capítulo que fue el relativo a los proyectos prioritarios para el comité Sistema Producto Camarón Tabasco AC. Se siguió la metodología siguiente:

- Descripción de la problemática que justifica cada uno de los proyectos planteados anteriormente.
- Planteamiento de Proyectos enfocados al crecimiento del SPCT
- Se realiza una selección de proyectos que se consideran prioritarios para el SPCT,
- Se presenta un cronograma para cada uno de los proyectos prioritarios.