



Universidad Veracruzana
Facultad de Negocios y Tecnologías

Programa Educativo:
Licenciatura en Administración

Experiencia Educativa:
Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión

Docente:
Cecilia Goytia Acevedo

Actividad 8: Estudio de Mercado

Equipo 1:
Alcocer Darío Rodolfo Aziel
Arellano Herrera Ivonne
Cirilo Luna Ana Estrella
Don Juan Melchor Raúl Antonio
Palma Solar Arantza
Andrea Rosas Buelna

Ixtaczoquitlán, Veracruz 06 de octubre de 2025

7. Análisis de Mercado

El análisis de la oferta y demanda para Caña de la Loma se centra en la relación exclusiva con el Ingenio Beta San Miguel y la dinámica del sector cañero en Veracruz, un mercado con características de demanda constante, pero con fluctuaciones en la entrega y calidad del producto.

7.1 Estudio de la oferta y demanda

Oferta al mercado: La oferta de Caña de la Loma está definida por su capacidad de producción y las características de su materia prima.

- **Capacidad de Producción (oferta Actual):** La capacidad instalada actual (producción acreditada) es de 263.006 toneladas anuales. La producción proviene de 3.81 hectáreas cultivadas por Andrés Rosas González (2.26 ha) y Beatriz Guadalupe Buelna González (1.55 ha).

→ **Factores de la Oferta:**

- **Calidad del Producto:** Actualmente, el cultivo utiliza la semilla SP 70-1284. En la zafra 2024-2025, se registraron mermas significativas debido a la mala calidad del producto identificada por el ingenio (3.27 toneladas para Andrés y 35.944 toneladas para Beatriz).
- **Limitaciones Estacionales:** La variedad actual requiere corte entre abril y mayo, lo que coincide con la temporada de lluvias. Estas condiciones complican la cosecha y el transporte, obligando a incurrir en costos de maquinaria adicional para rehabilitar la tierra.

Demandado del mercado: La demanda para Caña de la Loma está concentrada en el sector industrial, siendo el Ingenio Beta San Miguel su cliente exclusivo y más importante.

- **Naturaleza de la Demanda:** El mercado cañero en México es estable y confiable debido a la demanda constante de azúcar por la industria alimentaria, farmacéutica y de bebidas. Veracruz es el estado con la mayor producción, lo que garantiza la estabilidad en la venta.
- **Fluctuación Histórica de la Demanda:** A pesar de la estabilidad general del sector, la relación entre la demanda total del ingenio y la caña entregada varía significativamente año con año. En el periodo 2021-2025, se observaron años con un déficit de entrega (la demanda superó la oferta, como en 2022 y 2025) y años con sobreproducción (la oferta superó la demanda, como en 2021 y 2024), lo que subraya la inestabilidad del comportamiento del mercado.

7.1.1. Competencia Directa

La competencia directa para Caña de la Loma está conformada por los miles de cañeros que entregan su materia prima a las dos unidades industriales principales del grupo en la región: el Ingenio Potrero y la Central San Miguelito. La ineficiencia o el incumplimiento por parte de cualquier productor en esta red tiene el potencial de incrementar los costos del ingenio, afectando los términos de pago y los servicios para todos los cañeros.

→ **Perfil de la Competencia en la Red de Beta San Miguel**

1. Central Potrero (Villa Gral. Miguel Alemán, Atoyac, Ver.)

Ubicación: Villa Gral. Miguel Alemán, Municipio de Atoyac, Veracruz., ubicado a aproximadamente 20 km de la ciudad de Córdoba.

- **Volumen de Competidores:** El ingenio recibe su materia prima de 8,174 cañeros, entre ejidatarios y pequeños propietarios, que cultivan una superficie total de 26,089.38 hectáreas.
- **Capacidad Operativa:** Su capacidad de molienda es de 11,500 toneladas de caña por día. Durante la zafra 2015-2016, molío 1,653,119.950 toneladas de caña, con una producción total de 198,509.5 toneladas de azúcar refinada.
- **Intensidad Logística:** Recibe un promedio diario de 544 camiones cargados con caña.

2. Central San Miguelito (Córdoba, Ver.)

Ubicación: Municipio de Córdoba, Veracruz.

- **Volumen de Competidores:** La central recibe materia prima de 3,292 90oproductores cañeros, que suman una superficie de 6,183.79 hectáreas.
- **Capacidad Operativa:** Su capacidad de molienda diaria es de 3,600 toneladas de caña, con una molienda total de 485,673.860 toneladas en la zafra 2015-2016. La producción total de azúcar de esta unidad en la zafra 2015-2016 fue de 50,698 toneladas de azúcar estándar.

La competencia directa para Caña de la Loma reside en el riesgo de desempeño. Un bajo rendimiento o incumplimiento logístico por parte de cualquiera de los más de 11,466 productores que abastecen a la red Beta San Miguel genera costos en cascada. Por ejemplo, si un gran número de productores presentan altos índices de mermas o se retrasan, la eficiencia del ingenio disminuye, lo cual puede repercutir en el precio final pagado por tonelada a todos los cañeros o en un aumento en el costo de los servicios que el ingenio proporciona (como el transporte de la caña).

7.1.2. Competencia Indirecta

La competencia indirecta para Caña de la Loma se define por las unidades que, si bien no son clientes directos, establecen las referencias de mercado para la calidad, los beneficios sociales y las tendencias de sostenibilidad que presionan al Ingenio Beta San Miguel (BSM). Esta competencia influye en la operación del proyecto al elevar las expectativas sobre eficiencia y valor agregado en toda la cadena de suministro cañero.

→ Otras centrales de Beta San Miguel (Competencia Interna por Desempeño)

Estas centrales, al pertenecer al mismo corporativo de Beta San Miguel, operan como parámetros internos de excelencia. Compiten por ser el modelo para seguir en términos de eficiencia operativa, responsabilidad social y generación de valor más allá del azúcar en distintas regiones.

1. Central Constancia (Tezonapa, Ver.)

El Ingenio Constancia compite internamente ofreciendo un modelo que integra la producción tradicional con la generación de energía eléctrica y el desarrollo comunitario.

- **Alcance Operativo:** Recibe materia prima de 1,817 cañeros que cultivan 10,105 hectáreas. Su capacidad diaria es de 5,500 toneladas de caña y molió 771,752 toneladas en la zafra 2015-2016.
- **Modelo de Valor Agregado:** Genera y vende 6,620 MW/hr de energía eléctrica. Además, opera el programa EMALUR, que incluye proyectos educativos, recreativos y de desarrollo comunitario.

2. Central La Providencia (Cuichapa, Ver.)

Esta central se distingue por establecer un alto estándar de responsabilidad social y sostenibilidad dentro del grupo Beta San Miguel, alineándose con principios globales.

- **Alcance Operativo:** Recibe caña de 4,142 productores cubriendo 17,604.63 hectáreas. Su capacidad diaria es de 5,800 toneladas, con una molienda de 900,248 toneladas en la zafra 2015-2016.
- **Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Está adherida al Pacto Mundial de la ONU. Utiliza 709.61 toneladas finales de Biofertilizante y lleva a cabo programas de educación, donación de residuos y apoyo a adultos.

3. Ingenios Azucareros Ajenos

Estos competidores operan fuera del control de Beta San Miguel y ofrecen modelos alternativos basados en tradición, reputación e identidad de marca.

4. Ingenio San José de Abajo

Representa una opción desvinculada de los grandes grupos industriales. Su competencia se basa en su longevidad y una filosofía de marca centrada en la calidad y la ecología.

- **Producción y Marca:** Su producción promedio de azúcar estándar supera las 61,000 toneladas en las últimas zafras. Se promueve como una empresa líder enfocada en generar beneficios a la comunidad y cuidar el entorno y la ecología.

5. El Sector Etanolero: Un Uso Alterno para la Caña

La Central Energética de Atoyac (CEA) ejerce una fuerte presión indirecta al validar un modelo de negocio que utiliza la caña para etanol y cogeneración de energía, demostrando un alto nivel de eficiencia y sostenibilidad.

- **Innovación Tecnológica:** Es el primer ingenio etanolero de México en utilizar la difusión de caña, logrando una extracción del 98% de los azúcares y una capacidad de molienda de hasta 2,500 toneladas por año.
- **Modelo de Sostenibilidad (Cogeneración):** Es energéticamente autosuficiente: utiliza el bagazo para cogenerar energía y vende el excedente (1 MW/hr) a la CFE, reduciendo drásticamente la emisión de CO.
- **Subproductos Valiosos:** La ceniza se reutiliza como mejorador de suelos y como cemento puzolánico.

7.1.3. Oferta Diferencial

La implementación del proyecto de inversión con la semilla CP57-536 es la estrategia clave para que Caña de la Loma genere una oferta Diferencial y oportuna en el mercado. Esta diferenciación se centra en la capacidad de optimizar el tiempo de cosecha y la calidad del producto, resolviendo las limitaciones de la variedad actual (SP 70-1284).

→ Optimización del Tiempo de Cosecha y Reducción de Costos:

- **Problema Actual (oferta inopportunidad):** La semilla actual exige un corte entre los meses de abril y mayo. Esta temporada coincide con las lluvias, lo que dificulta las labores de corte y el transporte, incrementando los costos operativos.

- **Solución (oferta oportuna):** La nueva semilla CP57-536 permite adelantar el proceso de corte a los meses de noviembre y diciembre.
- **Beneficio Estratégico:** Esta ventana de cosecha más temprana permite a la operación aprovechar condiciones climáticas más favorables, evitando la renta de maquinaria adicional para rehabilitar la tierra. Esto se traduce en una reducción de los costos de cosecha.

→ **Aumento de la Calidad y Rendimiento del Producto:**

- **Diferenciador de Calidad:** La semilla CP57-536 alcanza un 10.77% de sacarosa en caña de apenas ocho meses de edad. El alto contenido de sacarosa es el factor determinante en la calidad y el rendimiento del cultivo.
- **Aumento en el Volumen Acreditado:** Se estima que la nueva variedad logrará un rendimiento de 97.4 toneladas por hectárea. En las 3.81 hectáreas de cultivo, esto generaría 371.094 toneladas, un aumento significativo que fortalece la oferta y asegura una mejor utilidad para los productores.
- **Valor para el Cliente (Ingenio):** El Ingenio Beta San Miguel otorga prioridad de corte en noviembre y diciembre a las variedades consideradas de alta calidad por su contenido de sacarosa. Al adoptar la CP57-536 y poder cosechar a tiempo, Caña de la Loma entrega una materia prima de alto contenido en sacarosa en el momento de mayor conveniencia para el ingenio, consolidando la relación comercial.

7.1.4. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha para Caña de la Loma no se debe a la falta de clientes, sino a la incapacidad de satisfacer consistentemente las exigencias del ingenio en cuanto a calidad, rendimiento y la necesidad de cosechar en los meses secos. Esta situación genera una brecha entre la oferta actual de los productores y la demanda ideal del Ingenio Beta San Miguel.

→ **Los problemas actuales que representan esta demanda insatisfecha son:**

- **Baja Calidad y rendimiento:** La variedad de semilla utilizada actualmente, SP 70-1284, no ofrece un rendimiento óptimo de sacarosa. Esto se traduce en mermas significativas; por ejemplo, en la última cosecha, el terreno de Andrés registró una pérdida de 3.27 toneladas de las 162.72 entregadas, mientras que el de Beatriz tuvo una merma de 35.944 toneladas de las 139.5 entregadas.
- **Problemas logísticos y costos operacionales elevados:** La variedad de semilla actual requiere que la fecha de corte se realice entre los meses de abril y mayo. Este periodo coincide con la temporada de lluvias, lo que dificulta el corte

y el transporte. Este factor incrementa los costos, ya que se requiere contratar o rentar maquinaria especializada para rehabilitar la tierra después del corte.

- **Insuficiencia en los períodos de demanda preferencial:** El ingenio establece que la cosecha de variedades de alta calidad debe realizarse en el periodo de noviembre a diciembre. Con la semilla actual, los productores no pueden alinear su cosecha a esta ventana preferencial.

8. Segmentación de Clientes

Actualmente, Caña de la Loma mantiene una relación exclusiva con un solo cliente fijo: Ingenio Beta San Miguel, sucursal El Potrero, lo que garantiza la colocación de la producción en cada zafra. Sin embargo, considerando la dinámica del sector cañero y las oportunidades de diversificación, se identifican otros segmentos de clientes que podrían ser estratégicos en caso de que no existiera este contrato de exclusividad o que se buscara ampliar la comercialización en el futuro.

- **Segmento industrial (cliente actual y prioritario)**

Conformado por los ingenios azucareros, siendo el Ingenio Beta San Miguel, sucursal El Potrero, el cliente exclusivo en la actualidad. Este segmento demanda grandes volúmenes de caña con estándares estrictos de calidad, contenido de sacarosa y puntualidad en la entrega. Representa la principal fuente de ingresos del proyecto y asegura estabilidad en el corto plazo.

- **Segmento comercial mayorista**

Incluye intermediarios, distribuidores y comercializadores agrícolas que adquieren caña en grandes volúmenes para revenderla a ingenios más pequeños, industrias regionales o mercados secundarios. Aunque no se atiende actualmente, constituye una opción viable para diversificar el destino de la producción en escenarios sin exclusividad.

- **Segmento de productores y cooperativas locales**

Se refiere a pequeños y medianos productores asociados en organizaciones cañeras que buscan complementar su producción o generar alianzas de abasto. Este segmento prioriza la colaboración, precios estables y seguridad en contratos de mediano plazo. Puede ser considerado como un mercado secundario para reforzar la colocación de excedentes.

- **Segmento alternativo y de valor agregado**

Integrado por empresas y talleres artesanales que elaboran productos derivados como piloncillo, panela, miel de caña, bebidas tradicionales, bioproductos o bioenergía. Aunque representan un volumen reducido en comparación con los

ingenios, este mercado tiene potencial de crecimiento en nichos de productos orgánicos, gourmet o de exportación, ofreciendo mayores márgenes de rentabilidad por el valor agregado.

- **Segmento geográfico**

El área de influencia principal se concentra en la región cañera de Veracruz (principal productor nacional), específicamente en la zona de Córdoba-Orizaba donde se ubica el Ingenio de El Potrero. No obstante, también existen oportunidades de inserción en otros estados productores como Puebla, Oaxaca y Chiapas, así como en mercados nacionales e incluso internacionales, en países con déficit azucarero.

8.1 Identificación de Necesidades

El análisis de clientes revela que, aunque actualmente el único cliente fijo es el Ingenio Beta San Miguel sucursal El Potrero, cada segmento identificado presenta necesidades particulares que deben ser atendidas para garantizar relaciones comerciales sólidas y la permanencia en el mercado.

→ **Ingenios azucareros**

Necesidad principal: Caña con alto contenido de sacarosa (calidad).

Requisitos adicionales:

- Cumplimiento estricto de fechas de entrega en ventana preferencial (noviembre-diciembre).
- Volúmenes estables de producción acreditada.
- Eficiencia logística en el transporte.

→ **Comercializadores y mayoristas agrícolas**

Necesidad principal: Disponibilidad de caña en grandes volúmenes sin interrupciones.

Requisitos adicionales:

- Flexibilidad en negociación de precios.
- Rapidez en entrega para reventa inmediata.
- Posibilidad de establecer contratos cortos que reduzcan riesgos.

→ **Productores y cooperativas locales**

Necesidad principal: Complementar producción para cumplir con cuotas en ingenios.

Requisitos adicionales:

- Precios estables y justos.
- Acuerdos de colaboración o intercambio de caña.
- Acceso a excedentes en temporadas de alta producción.

→ **Empresas de valor agregado (pijoncillo, panela, bioenergía, miel de caña)**

Necesidad principal: Materia prima diferenciada para elaborar productos de alto valor.

Requisitos adicionales:

- Posibilidad de adquirir caña con características especiales (orgánica o con certificaciones).
- Lotes pequeños o medianos de suministro adaptados a su escala de producción.
- Estabilidad en costos para mantener márgenes en mercados especializados.

→ **Segmento geográfico**

Necesidad principal: Acceso a productores confiables en regiones estratégicas.

Requisitos adicionales:

- Proveedores con historial de cumplimiento.
- Producción que se adapte a las condiciones agroclimáticas locales.
- Oportunidad de diversificación de abasto frente a riesgos climáticos o de mercado.

8.2 Precios y estrategia de marketing

Política de precios

El precio de la caña de azúcar en México está regulado por disposiciones gubernamentales, específicamente a través del Comité Nacional para el Desarrollo Sustentable de la Caña de Azúcar, que fija el valor de la tonelada con base en el Contenido Básico de Azúcar Recuperable (KARBE) y los costos de producción a nivel nacional.

Por lo tanto, Caña de la Loma no define libremente su precio de venta, sino que se apega a lo establecido en la normatividad vigente. De igual manera, el Ingenio Beta San Miguel El Potrero, cliente fijo de la empresa, aplica procesos estandarizados para calcular el pago final a cada productor, lo que asegura transparencia, pero también limita la posibilidad de diferenciación por precio.

Estrategia de marketing

Ante este escenario regulado, la estrategia de marketing se orienta a la generación de valor agregado y fortalecimiento de la relación con el ingenio cliente, así como a la preparación para aprovechar oportunidades con otros segmentos potenciales en caso de diversificación.

Las principales líneas estratégicas son:

→ Diferenciación por calidad

- Garantizar altos niveles de sacarosa en la caña mediante el uso de variedades mejoradas (por ejemplo, el cambio a semilla CP57-536).
- Implementar buenas prácticas agrícolas que incrementen el rendimiento por hectárea.
- Asegurar bajos niveles de merma durante la cosecha y transporte.

→ Cumplimiento y confiabilidad

- Entregar la producción en la ventana preferencial del ingenio (noviembre-diciembre), optimizando la logística para coincidir con los períodos de mayor demanda.
- Mantener una relación de proveedor confiable que cumpla en tiempo y forma con los acuerdos establecidos.

→ Fortalecimiento de la relación con el cliente fijo

- Mantener comunicación constante con el área de recepción de caña del ingenio para garantizar la alineación con sus procesos estandarizados.
- Participar en programas de capacitación, modernización y mejora continua impulsados por el ingenio o la asociación cañera.

Marketing de sostenibilidad y valor social:

- Promover la imagen del proyecto como una unidad productiva responsable, aplicando prácticas sustentables (uso de biofertilizantes, reducción de quemas, aprovechamiento de subproductos).
- Difundir este compromiso en la comunidad y entre los actores del sector, posicionando a Caña de la Loma como un referente de productor moderno y sostenible.

→ **Estrategia de diversificación futura**

- En caso de pérdida del contrato de exclusividad, el marketing se enfocaría en resaltar la calidad certificada, estabilidad de producción y eficiencia logística, para captar la atención de mayoristas, cooperativas y empresas de valor agregado.

8.3 Imagen comercial

La imagen comercial de Caña de la Loma busca transmitir los valores de calidad, tradición y sostenibilidad en el cultivo de caña de azúcar. La identidad visual está representada a través de un logotipo distintivo, diseñado para generar reconocimiento inmediato y asociación directa con el producto.



Logotipo

El logotipo presenta un fondo verde que simboliza la naturaleza, la frescura y la productividad del campo cañero. Sobre este fondo se encuentran tallos estilizados de caña de azúcar en color blanco, que evocan la pureza, la calidad y la identidad agrícola de la empresa.

Este diseño minimalista permite que el logotipo sea versátil, moderno y fácilmente reproducible en distintos formatos, tales como papelería, membretados, señalización, facturas y uniformes.

Características del terreno

La fortaleza de la imagen comercial también se fundamenta en las condiciones del terreno donde se desarrolla la producción:

- **Senderos amplios y transitables:** Facilitan el corte ágil y el transporte de la caña hacia el ingenio, reduciendo tiempos y costos logísticos.
- **Canal de agua cercano:** Permite un riego eficiente y constante, asegurando el buen desarrollo de la caña incluso en condiciones de clima seco.
- **Suelos fértilles y profundos:** Característicos de las zonas cañeras, favorecen el crecimiento vigoroso de la planta y un mayor contenido de sacarosa.

- **Clima bastante seco:** Representa un desafío productivo, pero se contrarresta con el acceso al canal de riego, lo que permite mantener un nivel adecuado de humedad en el cultivo.
- **Accesibilidad al terreno:** El predio se ubica en una zona de fácil acceso para maquinaria y vehículos de carga, lo que incrementa la eficiencia operativa.
- **Entorno natural:** La cercanía con áreas verdes y cuerpos de agua refuerza la imagen de sostenibilidad y conexión con el medio ambiente.



8.4 Estrategias de Introducción al mercado

La introducción de Caña de la Loma al mercado se basa en el aprovechamiento de su cliente fijo actual, pero al mismo tiempo busca sentar las bases para diversificación futura y consolidar una imagen sólida dentro del sector cañero.

Estrategia 1: Consolidación con el cliente fijo

- **Acción:** Mantener la relación de exclusividad con el Ingenio Beta San Miguel El Potrero, cumpliendo con los estándares de calidad y entregas en tiempo y forma.
- **Objetivo:** Garantizar ingresos estables a corto plazo y fortalecer la reputación como proveedor confiable.

Estrategia 2: Diferenciación por calidad y eficiencia

- **Acción:** Implementar buenas prácticas agrícolas (variedad de alto rendimiento, control de plagas, fertilización adecuada) y optimizar los procesos de corte y transporte mediante los senderos internos del terreno.
- **Objetivo:** Aumentar la rentabilidad al elevar el porcentaje de sacarosa y reducir pérdidas, lo que se traduce en mayor competitividad frente a otros productores.

Estrategia 3: Posicionamiento de marca y sostenibilidad

- **Acción:** Utilizar el logotipo y la identidad comercial de Caña de la Loma en documentos, señalización y presentaciones, además de difundir el compromiso con la producción sustentable (uso de canal de riego, reducción de quemas, aprovechamiento de residuos).
- **Objetivo:** Diferenciarse no solo como productor de caña, sino como una empresa agrícola responsable, con visión moderna y sostenible.

Estrategia 4: Inserción gradual en mercados regionales

- **Acción:** Aprovechar la ubicación estratégica del terreno en Veracruz y su accesibilidad logística para ofrecer excedentes de caña en mercados cercanos de Puebla, Oaxaca y Chiapas.
- **Objetivo:** Expandir el alcance geográfico de la empresa, proyectándola como un productor competitivo a nivel regional.

Estrategia 5: Alianzas estratégicas

- **Acción:** Participar en programas de capacitación y modernización impulsados por asociaciones cañeras, ingenios y organismos gubernamentales.
- **Objetivo:** Mejorar la productividad, acceder a apoyos e integrarse a redes de colaboración que fortalezcan la posición de la empresa en el sector.

8.5 Estrategias de Publicidad y Promoción

Dada la relación comercial exclusiva con el Ingenio Beta San Miguel y la naturaleza regulada del precio de la caña de azúcar, las estrategias de publicidad y promoción para Caña de la Loma no se orientan a la captación de nuevos clientes, sino al fortalecimiento de la relación con el cliente actual, la consolidación de la imagen comercial y la preparación para escenarios futuros de diversificación.

Estrategia 1: Comunicación Institucional y Relación Permanente con el Ingenio

- **Acción:** Mantener una comunicación cercana y profesional con el área de compras y recepción de caña del Ingenio Beta San Miguel, a través de visitas periódicas, informes de avance y participación en reuniones técnicas.
- **Objetivo:** Reforzar la confianza y el compromiso como proveedor estratégico, asegurando que se conozcan las mejoras en calidad y eficiencia logística implementadas.

Estrategia 2: Promoción de la Calidad y Confiabilidad en Entornos Sectoriales

- **Acción:** Participar en foros, encuentros y capacitaciones del sector cañero, donde se pueda compartir la experiencia de éxito en la adopción de la semilla CP57-536 y las prácticas agrícolas sostenibles.
- **Objetivo:** Posicionar a Caña de la Loma como un productor innovador y confiable dentro de la red de proveedores de Beta San Miguel, sin realizar publicidad masiva.

Estrategia 3: Uso de Identidad Visual en la Documentación y Comunicación Formal

- **Acción:** Incorporar el logotipo y los elementos de identidad corporativa en toda la documentación oficial: facturas, contratos, reportes de entrega y comunicados.
- **Objetivo:** Reforzar la imagen de profesionalismo y seriedad, facilitando el reconocimiento de la marca por parte del ingenio y otros actores del sector.

Estrategia 4: Difusión de Prácticas Sostenibles como Valor Diferenciador

- **Acción:** Documentar y compartir con el ingenio las prácticas de sostenibilidad implementadas, como el uso eficiente del agua, la reducción de quemas y la aplicación de biofertilizantes.
- **Objetivo:** Valorizar la producción de Caña de la Loma como alineada con los estándares de responsabilidad social y ambiental que Beta San Miguel promueve internamente.

Estrategia 5: Preparación de Material Promocional para Escenarios Futuros

- **Acción:** Desarrollar de manera interna un portafolio básico que resuma la capacidad productiva, los estándares de calidad y los atributos diferenciales de Caña de la Loma.
- **Objetivo:** Contar con herramientas de promoción listas para su uso en caso de que en el futuro se abra la posibilidad de diversificar clientes o participar en mercados secundarios.

8.6 Estrategias de Comercialización

Debido a la naturaleza del sector cañero en México y la relación comercial exclusiva con el Ingenio Beta San Miguel, las estrategias de comercialización de Caña de la Loma se centran en maximizar el valor de la relación actual, optimizar los procesos productivos y logísticos y mantenerse preparado para posibles escenarios futuros sin violar los acuerdos vigentes.

Estrategia 1: Comercialización Basada en Calidad y Confiabilidad

- **Acción:** Asegurar que toda la caña entregada cumpla con los estándares de sacarosa y pureza exigidos por el ingenio, mediante el uso de semilla certificada (CP57-536) y prácticas agrícolas controladas.
- **Objetivo:** Consolidar la posición como proveedor preferente dentro de la cartera de Beta San Miguel, lo que puede traducirse en un trato preferencial en la programación de corte y pago.

Estrategia 2: Optimización de la Logística de Entrega

- **Acción:** Coordinar estrechamente con el área de logística del ingenio para alinear las fechas y volúmenes de entrega con sus períodos de molienda más eficientes.
- **Objetivo:** Reducir tiempos de espera, evitar penalizaciones por retrasos y minimizar costos operativos internos.

Estrategia 3: Alineación con los Programas del Ingenio

- **Acción:** Participar activamente en programas de mejora continua, capacitación o sostenibilidad impulsados por Beta San Miguel.
- **Objetivo:** Reforzar la relación comercial y acceder a posibles incentivos o apoyos tecnológicos ofrecidos por el ingenio a proveedores comprometidos.

Estrategia 4: Documentación y Trazabilidad Comercial

- **Acción:** Mantener un registro detallado de cada entrega, calidad, fecha y condiciones pactadas, utilizando la imagen corporativa de Caña de la Loma en toda la documentación.
- **Objetivo:** Facilitar la transparencia en las transacciones y fortalecer la confianza con el cliente.

Estrategia 5: Preparación para la Diversificación Futura

- **Acción:** Desarrollar un plan comercial interno que identifique canales alternativos (mayoristas, cooperativas, segmento de valor agregado) sin realizar acciones comerciales activas mientras esté vigente la exclusividad.
- **Objetivo:** Contar con una ruta comercial definida en caso de que cambien las condiciones del mercado o finalice el acuerdo de exclusividad.

8.7 Estrategia de Producto

Estrategia Única: Implementación de la semilla CP57-536

• Objetivo Principal

Posicionar a Caña de la Loma como proveedor de alta calidad y confiabilidad mediante la adopción integral de la semilla CP57-536, resolviendo las limitaciones de la variedad actual SP 70-1284 y alineando la producción con la ventana de demanda preferencial del Ingenio Beta San Miguel.

• Acciones Específicas:

❖ Transición Total del Cultivo

- Sustituir el 100% de la superficie actual (3.81 hectáreas) con la semilla CP57-536.
- Establecer un calendario de siembra que permita la primera cosecha en los meses de noviembre y diciembre.

❖ Maximización de la Sacarosa y Rendimiento

- Aprovechar el perfil genético de la CP57-536, que alcanza hasta 10.77% de sacarosa a los 8 meses.
- Lograr un rendimiento estimado de 94 toneladas por hectárea, incrementando la producción acreditada de 263.0060 a 371,094 toneladas anuales.

❖ Alineación con la Ventana Preferencial de Cosecha del Ingenio

- Programar todas las actividades de corte entre noviembre y diciembre, evitando la temporada de lluvias (abril-mayo).

- Reducir costos operativos al eliminar la necesidad de maquinaria adicional para rehabilitación de suelos encharcados.

❖ **Fortalecimiento de la Relación Comercial con Beta San Miguel**

- Entregar caña de alta sacarosa en el periodo de mayor valor para el ingenio.
- Consolidar la prioridad de corte y preferencia como proveedor confiable y tecnificado.

• **Resultado Esperado:**

Una oferta diferenciada y oportuna que no solo incrementa el volumen y la calidad, sino que también reduce costos, fortalece la relación con el cliente exclusivo y minimiza el riesgo operativo y comercial.

8.8 Estrategia de Precio

El precio de la caña de azúcar para Caña de la Loma está sujeto a la regulación gubernamental, específicamente determinada por el Comité Nacional para el Desarrollo Sustentable de la Caña de Azúcar, con base en el Contenido Básico de Azúcar Recuperable (KARBE) y los costos de producción nacionales. Por lo tanto, no existe flexibilidad para modificar el precio de venta, ya que el Ingenio Beta San Miguel aplica los valores establecidos de manera uniforme a todos sus proveedores.

8.9 Estrategia de Distribución

La distribución de la caña de azúcar se realiza bajo un modelo logístico integral proporcionada exclusivamente por el Ingenio Beta San Miguel, quien como parte de la relación comercial provee:

- Todo el material necesario para el empaque y manejo de la caña
- Maquinaria especializada para la cosecha y transporte
- Rutas óptimas de traslado previamente establecidas y validadas
- Programación detallada de entregas y horarios de recepción

Implicaciones para Caña de la Loma:

Esta estructura operativa significa que:

- La empresa se enfoca exclusivamente en la producción y cosecha en tiempo y forma
- El ingenio garantiza la eficiencia del transporte mediante rutas optimizadas
- Se eliminan costos de logística y mantenimiento de maquinaria para el productor
- La distribución se convierte en un proceso estandarizado y controlado

8.10 Estrategias de Comunicación

- Objetivo-General:**

Mantener una comunicación clara, constante y alineada con el Ingenio Beta San Miguel, reforzando la confiabilidad, transparencia y compromiso como proveedor exclusivo.

- Canales y Enfoques de Comunicación:**

- ❖ Comunicación Formal y Oficial**

- Utilizar medios formales (oficios, correos electrónicos, reportes) para toda comunicación relacionada con volúmenes de entrega, calidad, y programación de cortes.
- Mantener un registro organizado de toda comunicación para garantizar trazabilidad y claridad.

- ❖ Comunicación Técnica y de Seguimiento**

- Realizar reuniones técnicas periódicas con el área de recepción de caña y el encargado de proveedores del ingenio.
- Presentar reportes de avance de cultivo, calidad de caña y cumplimiento de metas con base en datos medibles.

- ❖ Comunicación Relacional y de Confianza**

- Fomentar una relación de respeto y colaboración con los supervisores, responsables de patio y personal clave del ingenio.
- Reconocer abiertamente los estándares requeridos y confirmar el compromiso de cumplirlos.

- ❖ Comunicación de Valor Agregado y Sostenibilidad**

- Informar al ingenio sobre la adopción de la semilla CP57-536, sus beneficios en sacarosa y la reducción de mermas.
- Destacar prácticas sostenibles implementadas (ej. uso eficiente de agua, cero quema) que agreguen valor a la cadena de suministro.

- ❖ Comunicación en Caso de Incidencias**

- Reportar de manera inmediata cualquier eventualidad (climática, logística o fitosanitaria) que pudiera afectar los volúmenes o la calidad comprometidos.
- Presentar alternativas o planes de acción correctiva de forma proactiva.