

Contents

1	Cadena de Distribución Completa - Frijol Negro San Luis	1
1.1	1. CADENA COMPLETA DE VALOR	1
1.1.1	1.1 Flujo de Distribución Real	1
1.1.2	1.2 Características de Cada Nivel	1
1.2	2. ANÁLISIS ECONÓMICO POR NIVEL	2
1.2.1	2.1 Estructura de Precios (Base: Precio final \$50/kg)	2
1.2.2	2.2 Desglose del Nivel Productor (\$27.29/kg)	3
1.3	3. PERFIL DE CADA INTERMEDIARIO	3
1.3.1	3.1 Mayorista (COMA) - Nivel 3	3
1.3.2	3.2 Distribuidor Local - Nivel 4	3
1.3.3	3.3 Detallista (Tienditas) - Nivel 5	3
1.4	4. VENTAJAS COMPETITIVAS EN CADA NIVEL	4
1.4.1	4.1 Vs. Competencia por Nivel	4
1.4.2	4.2 Factores Críticos de Éxito	4
1.5	5. RIESGOS Y MITIGACIONES POR NIVEL	4
1.5.1	5.1 Riesgos Identificados	4
1.5.2	5.2 Estrategias de Mitigación	5
1.6	6. PLAN DE PENETRACIÓN DE MERCADO	5
1.6.1	6.1 Estrategia Nivel por Nivel	5
1.6.2	6.2 Métricas de Seguimiento	6
1.7	7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	6
1.7.1	7.1 Viabilidad de la Cadena Completa □	6
1.7.2	7.2 Factores Críticos de Éxito	6
1.7.3	7.3 Próximos Pasos Prioritarios	6

1 Cadena de Distribución Completa - Frijol Negro San Luis

Análisis Detallado de los 6 Niveles de Comercialización

1.1 1. CADENA COMPLETA DE VALOR

1.1.1 1.1 Flujo de Distribución Real

PRODUCTOR → COMISIONISTA → MAYORISTA → DISTRIBUIDOR → DETALLISTA → CONSUMIDOR
(DARIO/Gabriel) → (Sergio) → (COMA) → (Bodegas) → (Tienditas) → (Familia)

1.1.2 1.2 Características de Cada Nivel

Nivel	Actor	Función Principal	Margen Típico	Capital Requerido
1	Productores	Acopio, calidad, almacén origen	-	Alto (\$27.3M)
2	Comisionista	Desarrollo mercado, ventas	6%	Bajo (\$50-100K)
3	Mayorista	Distribución regional, almacén	20%	Medio (\$500K-2M)
4	Distribuidor	Logística local, fraccionamiento	20%	Medio (\$200K-1M)
5	Detallista	Venta directa, servicio al cliente	20%	Bajo (\$10-50K)
6	Consumidor	Uso final	-	-

1.2 2. ANÁLISIS ECONÓMICO POR NIVEL

1.2.1 2.1 Estructura de Precios (Base: Precio final \$50/kg)

Nivel	Descripción	Precio Compra	Precio Venta	Margen	Función Clave
6	Consumidor Final	-	\$50.00/kg	-	Consumo doméstico
5	Detallista (Tienditas)	\$41.67/kg	\$50.00/kg	20%	Venta fraccionada, cercanía
4	Distribuidor Local	\$34.72/kg	\$41.67/kg	20%	Reparto local, crédito
3	Mayorista (COMA)	\$28.93/kg	\$34.72/kg	20%	Almacén, distribución regional
2	Comisionista (Sergio)	\$27.29/kg	\$28.93/kg	6%	Desarrollo mercado, ventas
1	Productor Base	-	\$27.29/kg	-	Producto EXW San Luis Potosí

1.2.2 2.2 Desglose del Nivel Productor (\$27.29/kg)

Concepto	Costo/kg	Porcentaje	Observaciones
Frijol en campo	\$17.50	64.1%	Precio acopio base
Procesamiento	\$0.85	3.1%	Limpieza, selección
Transporte SLP-Mérida	\$2.17	7.9%	Flete 1,500 km
Gastos Mérida	\$1.23	4.5%	Almacén, maniobras
Menos: Apoyos gubern.	-\$2.15	-7.9%	Subsidios disponibles
Subtotal costos	\$19.60	71.7%	Costo operativo neto
Utilidad DARIO/Gabriel	\$7.69	28.3%	Ganancia productores
TOTAL NIVEL 1	\$27.29	100%	Precio a comisionista

1.3 3. PERFIL DE CADA INTERMEDIARIO

1.3.1 3.1 Mayorista (COMA) - Nivel 3

Perfil operativo: - **Compra:** 100-500 toneladas por transacción - **Almacén:** 2,000-5,000 toneladas capacidad - **Cobertura:** Yucatán, Campeche, Quintana Roo, Tabasco - **Clientes:** 50-100 distribuidores regionales - **Función clave:** Consolidación y distribución regional

Estructura de costos (margen 20%): - Compra: \$28.93/kg - Gastos operativos: \$4.63/kg (16% almacén, logística, administración) - Utilidad neta: \$1.16/kg (4%) - Venta a distribuidores: \$34.72/kg

1.3.2 3.2 Distribuidor Local - Nivel 4

Perfil operativo: - **Compra:** 5-50 toneladas por pedido - **Cobertura:** Ciudad o región específica (ej: Mérida centro) - **Clientes:** 100-500 tienditas y pequeños comercios - **Función clave:** Última milla, fraccionamiento, crédito

Estructura de costos (margen 20%): - Compra: \$34.72/kg - Gastos operativos: \$5.56/kg (16% reparto, cobranza, mermas) - Utilidad neta: \$1.39/kg (4%) - Venta a detallistas: \$41.67/kg

1.3.3 3.3 Detallista (Tienditas) - Nivel 5

Perfil operativo: - **Compra:** 25-100 kg por pedido - **Fraccionamiento:** Venta por kg, 0.5kg, granel - **Función clave:** Conveniencia, proximidad, servicio personal - **Competencia:** Walmart,

Soriana, otras cadenas

Estructura de costos (margen 20%): - Compra: \$41.67/kg - Gastos operativos: \$6.67/kg (16% local, personal, servicios) - Utilidad neta: \$1.66/kg (4%) - Venta al público: \$50.00/kg

1.4 4. VENTAJAS COMPETITIVAS EN CADA NIVEL

1.4.1 4.1 Vs. Competencia por Nivel

Nivel 3 - COMA vs otros mayoristas: - Precio competitivo: \$28.93/kg vs mercado \$30-35/kg - Calidad superior: San Luis Potosí certificado - Volumen garantizado: 1,000 toneladas disponibles - Servicio integral: Un solo proveedor confiable

Nivel 4 - Distribuidores vs competencia: - Pueden ofrecer \$34.72/kg vs \$36-38/kg mercado - Margen saludable 20% permite competir en precio - Producto diferenciado para sus clientes

Nivel 5 - Detallistas vs supermercados: - Precio \$50/kg vs Walmart \$54/kg (Verde Valle) - Calidad comparable o superior - Ventaja de servicio personalizado y cercanía

1.4.2 4.2 Factores Críticos de Éxito

Para que funcione toda la cadena: 1. **Calidad consistente:** Certificación NMX-FF-038 mantenida 2. **Volumen estable:** Entregas programadas sin faltantes 3. **Precio competitivo:** Mantener ventaja vs marcas establecidas 4. **Servicio:** Cada nivel debe agregar valor real 5. **Financiamiento:** Términos de pago adecuados (15-30 días)

1.5 5. RIESGOS Y MITIGACIONES POR NIVEL

1.5.1 5.1 Riesgos Identificados

Nivel	Principal Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
Mayorista	Cambio de proveedores	Media	Alto	Contratos anuales, servicio superior

Nivel	Principal Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
Distribuidor	Guerra de precios	Alta	Medio	Diferenciación, calidad certificada
Detallista	Competencia supermercados	Alta	Medio	Precio competitivo, servicio personal
Consumidor	Preferencia por marcas	Media	Alto	Educación, degustaciones, calidad

1.5.2 5.2 Estrategias de Mitigación

1. Contratos escalonados: - COMA: Contrato 6-12 meses, 200 ton/mes - Distribuidores: Compromisos trimestrales - Flexibilidad en entregas según demanda estacional

2. Programa de incentivos: - Descuentos por volumen para COMA - Bonificaciones por cumplimiento de metas - Soporte en marketing para detallistas

3. Monitoreo de precios: - Seguimiento semanal de competencia - Ajustes trimestrales según mercado - Alertas tempranas de cambios significativos

1.6 6. PLAN DE PENETRACIÓN DE MERCADO

1.6.1 6.1 Estrategia Nivel por Nivel

Mes 1-2: Asegurar Mayorista (COMA) - Presentación formal con muestras - Negociación de contrato marco 500 toneladas - Primera entrega 100 toneladas para validación

Mes 2-3: Desarrollo de Distribuidores - COMA facilita introducción a sus 3 mejores distribuidores - Entrenamiento sobre ventajas del producto San Luis - Acuerdos de exclusividad territorial

Mes 3-6: Penetración Detallista - Distribuidores introducen en sus mejores tienditas - Programa piloto con 50 puntos de venta - Retroalimentación y ajustes de servicio

1.6.2 6.2 Métricas de Seguimiento

Indicadores por nivel: - **Mayorista:** % de cumplimiento de órdenes, tiempo de pago - **Distribuidor:** Número de clientes activos, volumen mensual - **Detallista:** Rotación de inventario, satisfacción del cliente - **Consumidor:** Recompra, recomendación (NPS)

1.7 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.7.1 7.1 Viabilidad de la Cadena Completa ☐

Fortalezas del modelo: - Márgenes realistas y atractivos en cada nivel (20% promedio) - Precio final competitivo (\$50/kg vs \$54 Verde Valle) - Utilidad sólida para productores (\$7.6M en 1,000 toneladas) - Comisión atractiva para agente (\$1.7M)

1.7.2 7.2 Factores Críticos de Éxito

1. **Calidad consistente:** Mantener certificación y estándares
2. **Servicio superior:** Cada nivel debe percibir valor agregado
3. **Precios competitivos:** Monitoreo constante vs competencia
4. **Relaciones sólidas:** Construcción de confianza a largo plazo
5. **Flexibilidad operativa:** Adaptación a cambios de mercado

1.7.3 7.3 Próximos Pasos Prioritarios

Semana 1: - Contactar COMA con propuesta \$28.93/kg - Preparar muestras y documentación técnica - Definir términos de contrato marco

Semana 2-3: - Negociar primer pedido 100 toneladas - Establecer calendario de entregas mensuales - Identificar distribuidores clave en red de COMA

Mes 2: - Ejecutar primera entrega exitosa - Evaluar satisfacción y ajustar servicio - Planificar expansión a 500 toneladas comprometidas

El análisis confirma que la cadena completa de 6 niveles es viable y rentable para todos los participantes, con un precio final de \$50/kg que mantiene competitividad en el mercado.

Elaborado para: DARIO, Gabriel y Sergio Muñoz de Alba

Confidencial - Análisis Estratégico

Fecha: Diciembre 2025