



¿Un nuevo cafecito?*

“A través de los siglos el café ha dejado una huella imborrable en culturas como la yemenita, la persa y la turca.

En Yemen el café era conocido como “El Vino de Arabia”, ya que el vino de uva era prohibido por el Islam. Mientras que los persas, al ser un pueblo amante de los placeres, lo consumía en grandes cantidades.

En Damasco en el siglo XVI, al casarse una pareja, el marido le prometía a su esposa que nunca faltaría café, si esa promesa no era cumplida la pareja podría sufrir grandes desavenencias.”

Anuncio de Nescafé, 2002.

En 1984, Adriana Esperanza, se graduó de la Licenciatura en Administración en el ITAM. Mientras estudiaba trabajó en una cafetería en donde fue ascendida desde mesera hasta cajera, llegando a convertirse al final en gerente. El café siempre fue un tema apasionante para ella y, mientras se dedicó a trabajar en este rubro, descubrió que, había muchos aspectos que hacían ineficiente el negocio del café en México, pero sus superiores nunca escucharon sus sugerencias.

En su luna de miel tuvo la oportunidad de visitar Europa, donde descubrió el sabor del café gourmet y a la vez la importante demanda que existe por la bebida en el viejo continente, en donde no sólo es un compañero mudo de reuniones, sino toda una cultura. Regresó a México con muchas ideas, pero por motivos familiares pospuso sus proyectos y se dedicó de lleno al hogar.

* Caso didáctico elaborado por Kiyo Kajihara, Profesor del Departamento Académico de Administración del ITAM y María Fernanda Santibáñez Aguirre y Ariel Gerberoff Juri, asistentes, con el objetivo de ser utilizado como base de discusión en clase y no para ilustrar la forma de manejar una situación administrativa. Derechos reservados conforme a la Ley Copyright © 2003 Instituto Tecnológico Autónomo de México. Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso de la Escuela de Negocios del ITAM. Para ordenar copias llamar al 52 (55) 5628-4000 ext. 3400. Febrero de 2003